

sourcing asia

Malaysia

Hightech-Standort für exportorientierte Firmen
High-tech Location for Exporting Companies

BEST PRACTICE

Fertigungsstätten in China
Production Sites in China

DEBATING ASIA

Wettbewerbsinstrument Internet
The Internet as a Competitive Tool

BEST PRACTICE

Delegationsreisen im Chinageschäft
Delegation Trips in China Business

ASIA@HANNOVER MESSE

Indien präsentierte Hightech
India Presented High Tech

How do you find the world's best suppliers in Asia and Eastern Europe?



With emerging markets taking centre stage, companies face sizeable new challenges when trying to identify business partners in unfamiliar locations.

PricewaterhouseCoopers' Global Sourcing Practice offers solutions for your organisation's sourcing needs.

Whether in Asia or Eastern Europe, we can assist you in selecting local suppliers and developing processes for achieving world-class quality with low levels of risk.

For more information in Germany, please contact:

Harald Kayser
Head of China Business Group
harald.kayser@de.pwc.com
+ 49 (711) 2 50 34-31 15

Paul McCarthy
Global Sourcing Team
paul.mccarthy@de.pwc.com
+ 49 (711) 2 50 34-33 14

Hans-Martin Wegner
Global Sourcing Team
hans-martin.wegner@de.pwc.com
+ 49 (711) 2 50 34-35 84



www.pwc.com/de

Wettbewerbsdruck in Asien nimmt zu

Competitive Pressure in Asia Rising

Stefan Brunner
Redakteur Editor

Mit 343 Ausstellern – dreimal mehr als im vergangenen Jahr – gab Indien als Partnerland der Hannover Messe vom 24. bis 28. April einen umfassenden Überblick über sein technisches Know-how. Das Land macht sich auf den Weg an die Spitze der weltweit wachstumsstärksten Nationen und avanciert zu einem der wichtigsten Handelspartner und industriellen Zulieferer Deutschlands. „sourcing_asia“ berichtet in dieser Ausgabe über die Höhepunkte der vielen Konferenzen und Seminare mit Schwerpunkt Indien auf der diesjährigen Hannover Messe.

Den Wandel von einem Billiglohnland zum Exporteur hochwertiger Produkte hat Malaysia längst vollzogen. Trotz glänzenden Wachstumsaussichten, der Internationale Währungsfonds erwartet 2006 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 5,5 Prozent,

steht Malaysia unter einem stärker werdenden Konkurrenzdruck. Um sich im Wettbewerb, vor allem mit China und Indien zu behaupten, setzt die Regierung des südostasiatischen Landes auf neue wissensintensive Felder. Sie will außerdem vermehrt ausländische Investoren ins Land locken. „sourcing_asia“ stellt die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für ein Engagement in Malaysia vor und beleuchtet mit dem Informations- und Kommunikationstechnologiesektor sowie der Automobilindustrie zwei Branchen, die für deutsche Unternehmen, sowohl was Investition als auch Beschaffung angeht, besonders interessant sind.

Unseren Lesern wünschen wir viel Spaß beim Kennenlernen der attraktiven asiatischen Wachstumsmärkte. ☺

With 343 exhibitors – three times as many as last year – India, partner country of the Hannover Messe from April 24 to 28, gave a comprehensive overview over its technical know-how. The country is on its way to the top of the world's fastest growing nations and is becoming one of Germany's most important trading partners and industry supplier. In this issue, „sourcing_asia“ features the highlights of the many conferences and seminars focusing on India at this year's Hannover Messe.

The transition from low-wage country to exporter of high-quality products has been completed long ago in Malaysia. In spite of brilliant prospects for growth, with the International Monetary Fund expecting the gross domestic product to grow by 5.5 per cent, Malaysia is subject to a rising stress of competition. In order

to remain competitive in the race with China and India in particular, the government of the Southeast Asia country goes for knowledge-intensive areas. It also wants to attract more foreign investors to the country. „sourcing_asia“ presents the economic framework for an engagement in Malaysia and highlights the information and communication technology sector as well as the automotive industry – two areas of particular interest for German companies in respect of investments as well as purchasing.

Enjoy yourself while getting to know attractive growth markets in Asia. ☺

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 Photo: Stock Expert/Flicker composing

Stückpreis: 15 EUR zzgl. Versand

Kooperationspartner
In cooperation with





MALAYSIA IST AUF DEM VORMARSCH *MALAYSIA IS GAINING GROUND*

06 Attraktiver Hightech-Standort für exportorientierte Firmen.
Attractive high-tech location for exporting companies.

FOCUS MALAYSIA

- 06 Attraktiver Hightech-Standort
[Attractive High-tech Location](#)
- 08 IKT-Technologie aus dem
 Multimedia Super Corridor
[ICT-Technology from the
 Multimedia Super Corridor](#)
- 11 Die Autobranche strebt nach
 Weltstandard [The Car Industry
 Reaching for World Standard](#)
- 13 Personalmanagement:
 Brückenbauer zwischen Kulturen
[Human Resources Management:
 Building a Bridge Among Cultures](#)
- 15 Einkaufertreff in Kuala Lumpur
[Buyers Get Together in
 Kuala Lumpur](#)

NEWS

- 16 Neuer China-Kontakt-Point
[New China Contact Point](#)
- 17 BASF eröffnet Forschungszentrum
 für Nanotechnologie in Singapur
[BASF Opens Nanotechnology
 Research Centre in Singapore](#)
- 18 Bosch baut Präsenz in China aus
[Bosch Extends Presence in China](#)
- 19 Deutsche Unternehmen setzen auf
 Hongkong [German Companies
 Favour Hong Kong](#)
- 19 Indien will Fokus auf
 Produktstärke lenken [India
 Focuses on Product Strength](#)

BEST PRACTICE

- 20 Aufbau von Fertigungsstätten in
 China: Trouble Shooting ist die
 Regel [Set-up of Production Sites in
 China: Trouble Shooting Is the Rule](#)

DEBATING ASIA

- 22 Wettbewerbsinstrument Internet:
 Europa hinkt China hinterher
[The Internet as a Competitive Tool:
 Europe Lags Behind China](#)

BEST PRACTICE

- 29 Delegationsreisen im
 Chinageschäft [Delegation Trips in
 Doing Business with Chinese](#)

ASIA@HANNOVER MESSE

- 32 Indien präsentiert Hightech
[India Presents High Tech](#)



DELEGATIONSREISEN *DELEGATION TRIPS*

29 Im Chinageschäft sind Hintergrundinformationen entscheidend.
In doing business with Chinese background information makes the difference.



HANNOVER MESSE *HANNOVER MESSE*

32 Partnerland Indien stellt sein technisches Know-how vor.
Partner Country India presents its technical expertise.

SERVICE

- | | |
|--|--|
| 36 costdata:
Löhne im Vergleich
Salaries in Comparison | 46 Messen in Asien: die kommenden
Events Exhibitions in Asia: the
Upcoming Events |
| 37 Veranstaltungen zur Außenwirtschaft
Foreign Trade Events | 48 Messestandort Hongkong
Exhibition Location Hong Kong |
| 38 ARAIA:
Einkaufskompass Malaysia
Procurement Compass Malaysia | 49 CHINA SOURCING wächst
CHINA SOURCING Is Growing |
| 40 Global Sources:
Wuhan: Produktionszentrum für
optoelektronische Komponenten
Wuhan: Production Centre for
Optoelectronic Components | 50 Termine |
| 42 GPS:
Montagelinie in Singapur
Assembly Line in Singapore | |
| 44 Incoterms Incoterms | |
| 44 Preise und Indizes
Prices and Indices | |



BUSINESS, SCIENCE, NETWORKS

- | | |
|--|--|
| 25 EDITORIAL
Zentrum und Peripherie? China
und die ASEAN-Staaten
Centre and Periphery? China and
the ASEAN States | 26 Thailand bleibt eine feste Größe in
Südostasien
Thailand Remains a Constant in
Southeast Asia |
|--|--|

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

Attraktiver Standort für exportorientierte Firmen
Attractive location for exporting companies

Malaysia ist auf dem Vormarsch *Malaysia Is Gaining Ground*

© beherndt video Photocase

Article: André Schwalenberg

Interessante Steuermodelle, gute Beratung durch die Behörden und ein Rechtssystem nach englischem Vorbild machen das Land im Herzen Südostasiens zu einem attraktiven Standort. Dies gilt insbesondere für den Hightech-Sektor und das produzierende Gewerbe. Die am häufigsten gewählte Gesellschaftsform ist die „private limited company“.

Malaysia wandelte sich innerhalb von 30 Jahren vom Agrar- zum Industriestaat und steht heute in vielen Bereichen auf der Schwelle zum Dienstleistungsstaat. Während 1970 die Hauptexportgüter noch Gummi, Öl, Gas und Holz waren, ist Malaysia jetzt Exportweltmeister für Mikrochips und ähnliche Hightech-Produkte. Auslöser dieses rasanten Aufschwungs war unter anderem, dass wesentliche Bestimmungen des Direktinvestitionsrechts stark gelockert wurden und der Gesetzgeber verstärkt ausländische Investitionen fördert. Aus diesem Grund ist Malaysia heute einer der attraktivsten Produktionsstandorte Asiens.

Eine entscheidende Voraussetzung für die erfolgreiche Gründung eines Unternehmens ist die Wahl der Gesell-

schaftsform. Aufgrund Malaysias kolonialer Vergangenheit als Teil des Vereinigten Königreichs, orientiert sich das in Malaysia verwendete Rechtssystem, bis auf einige Ausnahmen, am englischen Recht. Der Investor hat daher die Möglichkeit, die Gründung seines Unternehmens an die Umstände des Einzelfalls anzupassen und eine, bereits durch englisches Recht bekannte, Gesellschaftsform zu wählen.

Obwohl die Gründung einer Personengesellschaft weniger kostenintensiv ist und Vorteile bei der Kapitalbeschaffung bereithält, ist die am häufigsten verwendete Gesellschaftsform die „private limited company“. Etwa 98 Prozent aller Unternehmen in Malaysia sind „private limited companies“. Dies hat mehrere Gründe, zum einen ist der Gesellschafter einer „private limited company“ nur bis zur Höhe des von ihm eingebrachten Kapitals haftbar, zum anderen kann sich das Unternehmen durch die Aufnahme neuer Gesellschafter schneller Kapital beschaffen und so auf den wachsenden Märkten Asiens besser agieren. Ein weiterer Vorteil ist, dass bei der Übertragung von Unternehmensanteilen nur wenige Beschränkungen zu beachten

Enticing tax models, good advisory services from the authorities and a legal system based on the English example make the country in the heart of Southeast Asia an attractive location. This is particularly true for the high tech industry and for manufacturing. The most popular form of business organisation is the „private limited company“.

Within a 30-year period, Malaysia has transformed itself from an agricultural to an industrial country, and in many areas is on the threshold of becoming a service-oriented country. While in 1970 the main export goods were natural rubber, oil, gas, and wood, Malaysia is now the world champion in exporting microchips and other high tech products. The trigger for this breathtaking upswing was, among others, that significant regulations of direct investment legislation have been greatly liberalised and that the legislator increasingly promotes foreign investments. For this reason Malaysia is one of the most attractive production locations in Asia today.

A crucial factor for the successful formation of a company is the choice of business organisation. Due to Malay-

sias colonial past as part of the United Kingdom the legal system used in Malaysia is based, apart from a few exceptions, on the English legal system. Therefore, the investor has the option of adapting the foundation of his company specifically to the circumstances of his situation and choosing an organisational form already familiar in the English law.

Although the formation of a private company is less costly and provides advantages in raising capital, the most popular form of business organisation is the „private limited company“. Around 98 per cent of all companies in Malaysia are „private limited companies“. The reasons for this are manifold. Firstly, the partner of a „private limited company“ is only liable up to the amount invested in the company; secondly, the enterprise is capable of attracting new partners with fresh capital more quickly and can therefore act more freely in growing markets. Another advantage would be that there are very few restrictions for the transfer of company shares and that there is no obligation to liquidate the company, e.g. with the death of one of the partners.

sind und dass eine Auflösung des Unternehmens, zum Beispiel beim Tod des Gesellschafters, nicht nötig ist.

Der Antrag auf Gründung einer „private limited company“ ist an die Companies Commission of Malaysia (CCM) zu richten, die das Handelsregister führt. Das Mindestgründungskapital beträgt zwei Ringgit, was ungefähr 50 Cent entspricht.

Genau wie das Gesellschaftsrecht orientiert sich auch das Arbeitsrecht am englischen „Case Law“ und setzt klare Grenzen. Ein malaysischer Arbeitnehmer darf nicht länger als acht Stunden täglich und nicht mehr als 48 Stunden wöchentlich arbeiten. Die Frauenarbeit unterliegt strengen Vorschriften, und Kinderarbeit ist bis auf wenige Ausnahmen verboten.

Mangel an qualifizierten Arbeitskräften

Zurzeit herrscht Vollbeschäftigung in Malaysia und es mangelt an qualifizierten Arbeitskräften. Obwohl vorrangig einheimische Arbeitskräfte zu rekrutieren sind, haben Unternehmer unter gewissen Voraussetzungen die Möglichkeit, Visa für Ausländer zu beantragen. Dies ist insbesondere dann interessant, wenn ausländische Investoren Schlüsselpositionen in ihrem Unternehmen mit eigenen Leuten besetzen wollen. Beabsichtigt ein Unternehmer ausländische Arbeitskräfte zu beschäftigen, ist deren erlaubte Anzahl vom investierten Kapital abhängig. Je mehr Geld eingebracht wurde, desto mehr Arbeitnehmer dürfen dem Unternehmen von außerhalb zugeführt werden.

Um Malaysia für ausländische Investoren attraktiver zu machen, entwickelte die Regierung zusätzlich zu dem einheitlichen Unternehmenssteuersatz von 28 Prozent ein System von steuerlichen Förderungsmöglichkeiten für Neugründer. Je nachdem in welchem Sektor das Unternehmen tätig sein will werden verschiedene Fördermöglichkeiten angeboten, die der Gründer beantragen kann.

Der so genannte „Pioneer Status“ reduziert die zu zahlende Steuerschuld um 70 Prozent für einen Zeitraum von fünf Jahren. Sofern das Unternehmen in dem bisher weniger entwickelten Os-

ten Malaysias tätig werden will, muss es die ersten fünf Jahre gar keine Steuern zahlen. Ein anderes System mit dem Namen „Investment Tax Allowance“ erlaubt dem Gründer bis zu 60 Prozent seiner Ausgaben, zum Beispiel für Maschinen, gegen 70 Prozent seines zu versteuernden Einkommens zu rechnen. Der verbleibende Betrag ist dann gemäß gültigem Steuersatz zu versteuern. Über diese beiden Förderungsarten hinaus, können weitere Vergünstigungen beantragt werden, insbesondere dann, wenn das Unternehmen im Hightech-Sektor tätig ist.

Exporte nehmen stetig zu

Besonders für exportorientierte Unternehmen ist Malaysia ein idealer Standort. Im Jahr 1990 waren die Hauptabnehmerländer die USA, Singapore und Japan. Die stetige Steigerung des Exports ist nicht zuletzt auf den 1990 erlassenen „Free Zones Act“ zurückzuführen, der es den Unternehmen ermöglicht, sich in einer der 14 „Free Zones“ anzusiedeln. Dort fallen wenige Zollformalitäten an. Die Einfuhr von Rohmaterial ist zollfrei. Voraussetzung ist allerdings, dass fast alle Produkte ins Ausland exportiert werden und nicht in den heimischen Markt einfließen.

Doch es gibt auch Restriktionen für ausländische Investoren: Im produzierenden Gewerbe muss ein Unternehmer eine Lizenz beim Ministerium für Industrie und Handel beantragen. Darüber hinaus bedarf der Kauf eines einheimischen Unternehmens der Zustimmung des Ministeriums. Hintergrund ist die Sorge, dass ausländische Unternehmen einheimische Gesellschaften zunehmend aufkaufen und die Wirtschaft somit langsam aus dem Einflussbereich Malaysias gerät. Ein weiteres nicht zu unterschätzendes Problem ist die in der Region vorherrschende Korruption. In einer Studie von Transparency International, in der 148 Staaten betrachtet wurden, belegt Malaysia Platz 39. Es erreichte einen Punktedurchschnitt von fünf. Null ist sehr korrupt, zehn „highly clean“. Dennoch, der Durchschnitt ist besser als der seiner südostasiatischen Nachbarn, die einen Wert von 3,8 erzielten. ☉

The application for setting up a “private limited company” has to be directed to the Companies Commission of Malaysia (CCM), which controls the commercial register. The minimum of capital for the foundation is two ringgit, equivalent to approximately 50 Cent.

Just like the company law, the industrial law as well is oriented at the British “case law” and sets clear boundaries. A Malaysian employee may not work longer than eight hours per day and not more than 48 hours per week. Female employment is subject to rigid regulation, and the employment of children is, with few exceptions, illegal.

Lack of qualified personnel

Currently there is full employment in Malaysia and a lack of qualified personnel being educated at the numerous universities and schools in the country. Although native manpower has to be given preference, employers do have the option under certain circumstances to apply for visa for foreigners. This is particularly of interest if foreign investors intend to fill key positions in the company with their own people. If an employer wants to engage foreign manpower, then the number of people allowed depends on the invested capital. The more money has been paid in, the more employees can be brought into the company from outside.

In order to make Malaysia more attractive for foreign investors, the government has developed a system of tax-based promotion options for new founders, in addition to the standard corporation tax of 28 per cent. Depending on the company's area of activity, various promotion options are on offer and can be selected by the founder.

The so-called “Pioneer Status” reduces the taxes payable by 70 per cent for a period of five years. If the company intends to extend its activities to the less developed eastern part of Malaysia, it does not pay taxes at all for the first five years. Another system called “Investment Tax Allowance” gives the founder the opportunity of offsetting 60 per cent of his expenses, e.g. for machines, against 70 per cent of his taxable income. The remaining amount must then be taxed according to the

applicable tax rate. In addition to these two types of promotion, further benefits may be applied for, especially if the company operates in the high tech sector.

Constant increase in exports

Malaysia is an ideal location particularly for export-oriented enterprises. In 1990, the USA, Singapore and Japan were the main customer countries. The constant increase in exports may, to a certain extent, also be attributed to the Free Zones Act of 1990, which enables companies to settle in one of the 14 “Free Zones.” There, duty formalities have been reduced to a minimum. The importation of raw materials is exempt from duty. This is valid under the condition that almost all products are exported and do not reach the domestic market.

But there are also restrictions for foreign investors: In manufacturing, an entrepreneur must apply for a licence at the Ministry of Industry and Trade. Additionally, the purchase of a domestic company is subject to approval by the ministry. The reasons for this are concerns that foreign companies will increasingly buy domestic enterprises and Malaysia will slowly be deprived of its influence on the economy. Another problem to be taken seriously is the prevalent corruption in the area. A Transparency International study examining 148 states altogether, ranks Malaysia in 39th place. The average in points was five. Zero is very corrupt; ten is “highly clean.” Still, Malaysia's average result is better than those of its Southeast Asian neighbours which achieved 3.8 in average. ☉

Ehrgeizige Ziele
für den „Multimedia Super Corridor“

Malaysia setzt auf IKT-Technologie

local global

Malaysia bietet diverse Anreize für Investitionen im Informations- und Kommunikationstechnologiesektor (IKT-Sektor). Das berichtet die Deutsch-Malaysische Industrie- und Handelskammer in ihrer aktuellen Marktstudie. In einem so genannten Multimedia Super Corridor (MSC) sollen sich bis 2010 über 250 Weltklassefirmen ansiedeln und Einnahmen in Höhe von 15,19 Mrd EUR erzielen.

Im Alltagsgeschäft kann man laut Deutsch-Malaysischer Industrie- und Handelskammer deutlich erkennen, dass der „durchschnittliche“ Malaysier sehr IT-orientiert denkt und arbeitet, zum Teil sogar mehr, als dies in vielen anderen südostasiatischen Regionen und in Teilen Europas der Fall ist. Sowohl die Erziehung als auch Ausbildung würden stark auf IT-Technologien basieren.

Das Weltwirtschaftsforum hat mit dem so genannten Networked Readiness Index ein Maß aufgestellt, das den Grad der Bereitschaft einer Nation, an Entwicklungen der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) teilzunehmen und daraus Nutzen zu ziehen, quantifiziert. Die Untersuchung fand in 82 Ländern statt. Malaysia konnte sich 2005 in diesem Index um sieben Plätze vom 31. auf den 24.

Platz steigern und verzeichnete in den vergangenen Jahren eine konstante Verbesserung in diesen Indikatoren. In absoluten Zahlen des IKT-Marktes liegt Malaysia im asiatischen Raum sogar auf dem zweiten Platz hinter Singapur, was jedoch primär dem Hardwaremarkt zuzuschreiben ist.

Malaysia ist Weltmarktführer bei Shared Services und in der Outsourcing-Industrie. 2004 lag Malaysia im Offshore Location Attractiveness Index, der von A.T. Kearney veröffentlicht wird, auf Platz drei. Dieser Index bezeichnet den relativen Grad der Attraktivität eines Landes, als Ort für ausgelagerte Sparten beziehungsweise Produktionsabschnitte von ausländischen Firmen zu dienen. In Zahlen bedeutet dies ein Investitionsvolumen von über 220 Mio EUR und fast 7.000 neue Arbeitsplätze. Bis 2008 sollen, so Prognosen, insgesamt 60.000 neue Arbeitsplätze geschaffen werden. Der malaysische IKT-Markt hatte 2004 ein Volumen von 6662,63 Mrd EUR. Der Anteil der Telekommunikationsbranche betrug 63,5 Prozent, der des IT-Sektors respektive 36,5 Prozent.

Für 2005 wird ein weiterer Anstieg des Sektorvolumens auf 7,1 Mrd EUR prognostiziert. Die IKT-Branche profitiert vor allem von den Ausgaben im produzierenden Gewerbe. An zweiter Stelle lie-



Infineon produziert und testet in Malakka.

gen die Konsumenten, gefolgt von Finanz- und Geschäftsdienstleistern. Die Regierungsausgaben sanken in absoluten Zahlen von 173,97 Mio EUR im Jahr 2002 auf 147,02 Mio EUR im Jahr 2004. Für 2005 werden Ausgaben in Höhe von 3,17 Mrd EUR prognostiziert. 2,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts wurden 2004 in Malaysia für IT-Ausgaben verwendet. Umfragen bestätigen die Erwartung, dass das Wachstum der malaysischen IKT-Industrie von 15 Prozent im Jahr 2004 auf zehn Prozent sinken wird. Die größten Wachstumsraten im IKT-Sektor konnte in den vergangenen Jahren die Biotechnologiesparte verzeichnen. Sie wuchs um 300 Prozent. Der Markt für Softwareentwicklung nahm im Zeitraum von 2003 bis 2004 um 42 Prozent zu.

Viele unrealisierte Geschäftsmöglichkeiten

Das Volumen des malaysischen Exports wächst und es gibt nach Angaben der Deutsch-Malaysischen Industrie- und Handelskammer viele Bereiche mit noch nicht realisierten Geschäftsmöglichkeiten. China bleibe für malaysische Firmen mit 70 Prozent der beliebteste Absatzmarkt, gefolgt von Indonesien mit 46 Prozent. Auch Vietnam (21 Prozent) und die Philippinen (15 Prozent) zählten zu den bevorzugten Ländern.

Der Export von Malaysia nach Deutschland von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und Büroausstattung sei 20 Mal höher als der entgegengesetzte Transfer derselben Warengruppe. Das Volumen liege bei fast einer Mrd EUR.

Malaysia ist zudem an Kooperationen mit deutschen Unternehmen interessiert und bietet diverse Anreize für Investitionen in die lokale IKT-Technologie. Die dafür verantwortliche Regierungsinstitution ist die Malaysian Industrial Development Authority (MIDA). In Übereinstimmung mit dem Ziel der Regierung, die Entwicklung von PC-Programmen zu fördern, sind Unternehmen, die ein neues PC-Programm entwickeln beziehungsweise ein bereits bestehendes Programm signifikant modifizieren, zu dem so genannten Pionier-Status berechtigt. Dieser Status gewährt den Unternehmen einen auf fünf Jahre geltenden Steuerfreibetrag von 70 Prozent des gesetzlichen Einkommens. Firmen wird ein anfänglicher Abschreibungsbetrag von 20 Prozent und ein jährlicher Abschreibungsbetrag von 40 Prozent auf alle Ausgaben gewährt, die mit dem



Assembly and final test facility of Infineon in Malacca.

**Ambitious objectives
for the „Multimedia Super Corridor“**

Malaysia Focuses on ICT-Technology

Kauf von Computern beziehungsweise IT-Gütern, inklusive Programmen, zusammenhängen. Somit können diese Bilanzposten innerhalb von zwei Jahren vollständig abgeschrieben werden. Unternehmen im IKT-Sektor haben, falls sie eine Exportsteigerung vorweisen, zudem die Möglichkeit, sich um einen steuerlichen Freibetrag auf ihr gesetzliches Einkommen zu bewerben. In diesem Fall beträgt der Freibetrag 50 Prozent des Wertes der Export-zuwächse.

Multimedia Super Corridor – eine Vision wird Wirklichkeit

Der frühere malaysische Premierminister Mahathir bin Mohamad verfolgt einen ehrgeizigen Plan: Malaysia sollte eine erstklassige Adresse für die Multimedia- und Telekommunikationsbranche werden und im globalen Wettbewerb bestehen. Diese Politik wird von seinem Nachfolger Abdullah bin Haji Ahmad Badawi, der das Amt im November 2003 übernahm, fortgeführt. Zur Entwicklung des IKT-Sektors wurde der MSC eingeweiht. Mit Stand 19. September 2005 besaßen 1.344 Unternehmen den MSC-Status. Der MSC soll, zusammen mit der Schaffung von MSC-Cybercities und Cybercentres, auf andere Gebiete des Landes ausgedehnt werden. Bisher wurden be-

reits Penang, wie auch dem Kulim Hi-Tech Park in Kedah, der Cybercity-Status gewährt.

Anreize für Unternehmen

Malaysia sucht nach angemessenen Partnern, um das MSC-Projekt erfolgreich durchzuführen, teilt die Deutsch-Malaysische Industrie- und Handelskammer mit. Die malaysische Regierung biete unter anderem eine „Bill of Guarantees“ an, die als Absicherung für im MSC angesiedelte Unternehmen gelten soll. Beispiele für deren Inhalt seien: Bereitstellung der neuesten physischen Infrastruktur und IT-Ausrüstung, unbeschränkte Einstellung von lokalen und ausländischen Arbeitskräften, unbeschränktes Eigentum, et cetera. Das Ziel sei, bis 2010 über 250 Weltklassefirmen im MSC anzusiedeln und Einnahmen in Höhe von 15,19 Mrd EUR zu erzielen. Der Exportanteil soll dabei ungefähr 41 Prozent betragen. Der Fokus der zweiten Phase von 2004 bis 2010 sei, neben den 20.000 bereits existierenden, 100.000 weitere Arbeitsplätze zu schaffen. Zudem soll intellektuelles Eigentum gefördert werden. ☉

Malaysia offers diverse incentives for investments in the information and communication technology sector (ICT-sector). According to the Malaysian-German Chamber of Commerce and Industry more than 250 world class firms should settle until 2010 and earn a total of 15.19 billion EUR in a so called Multimedia Super Corridor (MSC).

According to the Malaysian-German Chamber of Commerce and Industry in daily business it is clearly recognisable that the „average“ Malaysian thinks and works very IT-orientated, partly even more than this would be the case in many other countries in the region and in Europe. Education and training is also very IT-orientated. The World Economic Forum has compiled a Networked Readiness Index for ICT capability in 82 countries. Malaysia's slot in the World Economic Forum's competitiveness rankings has improved by seven places to 24th in 2005, from the 31st place last year. Malaysia has seen a gradual improvement in recent years in those indicators. Even in absolute value for

ICT market Malaysia is second only to Singapore in the Asian Region, but it is heavily dominated by computer hardware sales.

Malaysia is world leader in the shared services and outsourcing (SSO) industry. In 2004, the Offshore Location Attractiveness Index published by A.T. Kearny, named Malaysia as the world's third most favoured location for SSO. These sectors have garnered investments of more than 220 million EUR and have resulted in the creation of almost 7,000 jobs and it is expected to create at least 60,000 jobs by 2008. The Malaysian ICT Market 2004 has had a volume of 6662.63 billion EUR. Telecommunication dominates the ICT Industry with 63,5 per cent share in 2004. The IT sector had a market share of 36,5 per cent.

The manufacturing sector is the leading sector in spending in ICT

For 2005 the tentative figures see an further increasing of this sectors with a total volume of 7.1 billion EUR. The manufacturing sector is the leading sector in spending in ICT. Second ranged are consumers followed by finance and business services. Governmental IT spending have been declining in absolute terms from 173.97 million EUR in 2002 to 144.35 million EUR in 2004. ►

Nürnberg, Germany
4. – 6.7.2006

Asia Styles 2006

Fachmesse für Konsumgüter,
Geschenke und Haushaltswaren

Asien kann so nah sein

Auf der Asia Styles 2006 erleben Sie Asien und seine faszinierenden Produkte. Im direkten Kontakt mit den Herstellern treffen Sie starke Brands und interessante Newcomer aus Fernost in professionellem Ambiente. Entdecken Sie Qualitätsprodukte und die neuesten Trends für Wohndekoration und Haushaltswaren, Geschenke und Festartikel, Tisch und Küchel. Für die Beschaffung von Konsumgütern aus Asien und China gibt es eine Top-Adresse im Herzen Europas: die Asia Styles in Nürnberg!

Die Asia Styles 2006 –
und Asien ist ganz nah!



Wir informieren Sie gern:

Tel. +49 (0) 9 11.86 06-49 96

besucherinfo@nuernbergglobalfairs.com

Registrieren Sie sich vorab im Internet
und sichern Sie sich Ihren kostenlosen Zutritt:

www.asia-styles.com/besucherregistrierung

www.asia-styles.com

MALAYSIA

▼
For 2005 the projected spending is at 3.17 billion EUR 2.5 per cent of the gross domestic product (GDP) in 2004 have been used for IT expenditure in Malaysia. Respondents perceive the Malaysian ICT industry to grow around ten per cent for 2005, down from 15 per cent in the year 2004. The highest growth rate of ICT within the past year can be ascertained in the area of biotechnology (300 per cent). The software development sector in Malaysia grew from 2003 to 2004 by 42 per cent.

Many unrealised business opportunities

The Malaysian Export is growing. There are many areas with business opportunities which are still untapped. According to the Malaysian-German Chamber of Commerce and Industry for Malaysian companies China remains the favourite market with 70 per cent. Indonesia was following with 46 per cent. Also Vietnam (21 per cent) and Philippines (15 per cent) could be counted as favourite markets. The export to Germany in the field of business machines, data handling equipment and machinery and office equipment was more than 20 times higher than the German export to Malaysia. The value reached nearly one billion EUR.

Furthermore Malaysia is interested in German cooperations and gives incentives for investments in the information and communication technology. The governmental institution in charge for that is the Malaysian Industrial Development Authority (MIDA). In line with the government objective to encourage the development of computer software, companies that develop both original and/or undertake major modifications of existing software other than those deemed established are eligible for pioneer status with a tax exemption of 70 per cent of the statutory income for five years. Companies receive an initial allowance of 20 per cent and an annual allowance of 40 per cent for expenditure incurred in

acquiring computers and information technology assets, including software. Thus, the expenditure can be written off within two years. Companies in the ICT sector can also apply for a tax exemption on their statutory income equivalent to 50 per cent of the value of increased exports.

Multimedia Super Corridor – a vision becomes reality

The former Prime Minister Mahathir bin Mohamad of Malaysia was pursuing an ambitious plan: Malaysia shall become a first-class address for multimedia and telecommunication, being able to stand global competition. This policy has been continued by Abdullah bin Haji Ahmad Badawi who took over at the beginning of November 2003. Therefore the MSC was established to spearhead the development on the ICT sector. As of 19 September 2005, 1,344 companies have been granted MSC-status. The MSC will be rolled out to other parts of the country the creation of new MSC cybercities and cybercentres. Cybercity status has already been conferred upon Penang as well as Kulim Hi-Tech Park in Kedah.

Incentives for companies

Malaysia is seeking for adequate partners, to successfully create the MSC project, informs the Malaysian-German Chamber of Commerce and Industry. Among other things, the government of Malaysia would offer the "Bill of Guarantees", which is a security for companies who join the MSC. Examples are: Providing the latest physical infrastructure and information equipment, unrestricted employment of local and foreign workforce and experts, unrestricted property et cetera. The target is to have 250 world-class firms and revenues of 15.19 billion EUR in MSC by 2010 with exports constituting 41 per cent of that amount. The second phase focus from 2004 to 2010 would create an additional 100,000 high-value jobs to the existing 20,000 in MSC while enhancing intellectual property. ©

Malaysische Komponentenexporte nehmen stark zu
Strong increase in components exports of Malaysia

Die Autobranche strebt nach Weltstandard

Car Industry Reaching for World Standard

Article: Thomas Kiefer

Nach Japan, Südkorea, China und Indien entstehen in den ASEAN-Ländern (ASEAN – Association of South-East Asian Nations) weitere bedeutende Standorte für die Automobilindustrie in Asien. Von der zunehmenden wirtschaftlichen Kooperation innerhalb der ASEAN profitiert auch Malaysia. Immer mehr Zulieferer können dort zu wettbewerbsfähigen Weltmarktpreisen produzieren.

Das Ziel Malaysias ist der Aufbau einer eigenen nationalen Automobilbranche. Dazu gründete der ehemalige Premierminister Mahathir bin Mohamad im Jahr 1983 Proton, abgekürzt für Perusahaan Otomobil Nasional, was soviel bedeutet wie „Nationales Automobil-Projekt“. Das Hauptwerk von Proton ist in Shah Alam, Selangor, ein weiteres Werk in Tanjong Malim, Perak. Produziert werden hauptsächlich Mitsubishi-Lizenzbauten, der Citroen AX-Nachbau Proton Tiara und die Eigenentwicklung Proton Waja.

Zunächst wurden alle Teile der Proton-Autos von Mitsubishi hergestellt. Mit der Zeit übernahmen malaysische Unternehmen die Produktion von immer mehr Komponenten. 2002 hatte Proton in Malaysia einen Marktanteil von etwa 60 Prozent, der sich bis 2005 auf 30 Prozent verringerte und sich weiter

After Japan, South Korea, China and India a number of important car industry locations are constructed in the ASEAN countries (ASEAN – Association of South-East Asian Nations) for the Asian automotive industry. Malaysia is also benefiting from livelier economic cooperation activities within ASEAN. More and more suppliers are able to produce there at competitive world market prices.

Malaysia's goal is the establishment of its own national automotive industry. For this purpose the former Prime Minister Mahathir bin Mohamad founded Proton, short for Perusahaan Otomobil Nasional, meaning "National Automotive Project," in 1983. Proton's main production location is located in Shah Alam, Selangor; another factory exists in Tanjong Malim, Perak. The cars are mostly licensed Mitsubishi models, an imitation of the Citroen AX called Proton Tiara, and the Proton Waja developed in-house.

At first, all Proton components were made by Mitsubishi. After a while, the production of more and more components was moved to Malaysian manufacturers. In 2002 Proton had a market share of over 60 per cent in Malaysia, which was reduced to 30 per cent by 2005 and may become smaller still,



Malaysia entwickelt sich zu einem bedeutenden Standort für die Automobilindustrie in Asien.
 Malaysia evolves into an important location for the automotive industry in Asia.

verringern dürfte, wenn durch die Entwicklung der Freihandelszone AFTA (ASEAN Free Trade Area) die Zölle auf maximal fünf Prozent reduziert werden. Bereits seit Anfang 2005 ist der Zoll für Automobilimporte aus anderen ASEAN-Ländern auf 20 Prozent gesunken. Im März dieses Jahr kündigte Malaysia die Absenkung auf fünf Prozent an. Finanzminister Mohamed Yakcop erklärte, dass damit die Preise für die Konsumenten weiter sinken und ausländische Produzenten verstärkt in Malaysia produzieren sollen. Die beiden größten malaysischen ►

if the duty rate decreases to a maximum of five per cent in the wake of the formation of the Free Trade Area AFTA (ASEAN Free Trade Area). Since the beginning of 2005, the duty for car imports from other ASEAN countries has already gone down to 20 per cent. In March of this year, Malaysia announced a reduction in duties to five per cent. Minister of Finance Mohamed Yakcop explained that this was done to further reduce consumer prices and increase the number of manufacturers from overseas settling in Malaysia. ►

In Malaysia arbeiten 350 bis 500 Zulieferer, die etwa 4.000 verschiedene Komponenten fertigen. In Malaysia there are 350 to 500 suppliers manufacturing around 4,000 different components.

▼ Produzenten senkten bereits mehrmals ihre Preise dieses Jahr.

Automobilindustrie ist auf Kooperationen angewiesen

Durch die neue Entwicklung ist Proton zu einer verstärkten internationalen Kooperation gezwungen. Die eigene Entwicklungskompetenz muss ausgebaut, die Qualität weiter erhöht und gleichzeitig die Produktionskosten gesenkt werden. 1996 kaufte Proton die Mehrheit am britischen Automobilhersteller Lotus. Seit 2003 ist Lotus komplett in Proton-Hand. Im Dezember 2004 übernahm Proton die Mehrheitsbeteiligung am italienischen Motorradhersteller MV Agusta. Proton führt auch intensive Gespräche mit der französischen PSA-Gruppe und VW über Kooperationen. Die malaysische Zeitschrift „The Edge“ berichtet, dass es um die Gründung einer gemeinsamen Gesellschaft mit VW gehen soll, die Autos für Malaysia, Südostasien und Indien entwickelt. Volkswagen würde 51 Prozent an dem Unternehmen halten, Proton wolle seine Produktion und den Vertrieb in die Firma einbringen. VW habe bereits eine neue Plattform für mindestens zwei Proton-Modelle entwickelt, die binnen weniger Monate auf den südostasiatischen Markt kommen könnten. Ein VW-Sprecher sagte unter Berufung auf Vorstandschef Bernd Pischetsrieder, der Konzern prüfe verschiedene Projekte mit Proton. VW hatte Gespräche über eine Beteiligung an Proton im Januar abgebrochen, aber erklärt, das Unternehmen etwa durch Lieferung von Komponenten nach Malaysia zu unterstützen. Nach früheren Plänen sollten bei Proton VW-Fahrzeuge aus vorgefertigten Teilen zusammengebaut werden, mit denen VW auf den Markt in Südostasien vordringen wollte.

Proton verhandelt jetzt auch mit der PSA-Gruppe über eine Zusammenarbeit in Forschung und Entwicklung. Dies könnte in eine Beteiligung der Franzosen an Proton münden. Proton-Manager Syed Zainal Abidin Syed Mohd Tahir hat einen Sanierungsplan und eine Alli-

anz mit einem strategischen Partner bis Jahresende in Aussicht gestellt.

Proton steht insbesondere mit dem 1993 gegründeten Automobilkonzern Perodua (Perusahaan Otomobil Kedua Berhad) im Wettbewerb. Perodua fertigt Lizenzbauten von Daihatsu-Modellen, die auch nach Europa exportiert werden. Im April dieses Jahr überholte Perodua erstmals Proton beim Absatz im Inlandsmarkt. Der Marktanteil lag bei 27,4 Prozent, Proton erreichte lediglich 26,6 Prozent. Wichtigster ausländischer Konzern war Toyota mit einem Marktanteil von 17,4 Prozent. Malaysia ist mit einem Anteil von 31,5 Prozent wichtigster Markt in den ASEAN-Ländern.

Eine steigende Produktion, sinkende Komponentenpreise und der sich entwickelnde ASEAN-Markt führen dazu, dass in Malaysia immer mehr Zulieferunternehmen zu wettbewerbsfähigen Weltmarktpreisen produzieren können. Die Komponenteexporte nehmen stark zu. 2005 exportierte Malaysia Teile im Wert von 402 Mio EUR, 2004 waren es 299 Mio EUR. In Malaysia arbeiten 350 bis 500 leistungsfähige Zulieferer, die etwa 4.000 verschiedene Komponenten fertigen. Dabei ist nicht nur einfaches Zubehör für den internationalen Markt von Interesse. Malaysia baut intensiv seine Elektronikindustrie aus und schafft damit auch im Bereich automobiler Elektronik neue, kostengünstige Angebote. Des Weiteren interessant für Einkäufer sind Zulieferungen aus Naturmaterialien und Naturkautschuk.

In der Zukunft konkurrieren nicht Länder, sondern regionale Standorte

Waren staatliche Förderung und Schutz der nationalen Branche vor wenigen Jahren noch die Voraussetzungen zum Aufbau der Automobilindustrie, wird dies nun kontraproduktiv und verhindert Innovationen. Daher zeichnet sich besonders in Asien eine weitere Internationalisierung der Branche ab. Nicht Länder konkurrieren in der Zukunft miteinander, sondern regionale Standorte mit ihren spezifischen Standortfaktoren. ☉

▼ The two largest Malaysian manufacturers have already decreased their prices several times this year.

Domestic automotive industry is dependent on foreign cooperations

This new development has forced Proton into intensifying international cooperations. Their own developing competence must be enhanced, quality further improved and, at the same time, the cost of production reduced. In 1996 Proton acquired the majority of the British car maker Lotus. Since 2003 Lotus has been completely owned by Proton. In December 2004, Proton took over the majority of shares in the Italian motorcycle manufacturer MV Agusta. In addition, Proton is in intensive talks with the French PSA group and with VW on cooperations.

The Malaysian magazine "The Edge" reports that the subject of these talks was the foundation of a joint venture with VW for the manufacture of cars for Malaysia, Southeast Asia, and India. Volkswagen would own 51 per cent in the company and Proton was to contribute its production and sales. VW was said to have already developed a new platform for at least two Proton models, which could be introduced to the Southeast Asian market within a few months. A VW spokesperson quoting CEO Bernd Pischetsrieder said that the corporation was evaluating several projects with Proton. VW cut off talks about a participation in Proton in January, but said it wanted to support the company by delivering components to Malaysia and other actions. According to earlier plans, VW was to use Proton facilities for assembling cars from prefabricated parts which should help to open the Southeast Asian market for VW.

Currently, Proton is in talks with the French PSA Group about an R&D cooperation. This could lead to French participation in Proton. Proton manager Syed Zainal Abidin Syed Mohd Tahir has offered the prospect of a restructuring plan and an alli-

ance with a strategic partner by the end of the year.

The main competitor of Proton is the automotive concern Perodua (Perusahaan Otomobil Kedua Berhad), founded in 1993. Perodua manufactures licensed Daihatsu models, which are also being exported to Europe. In April of this year, Perodua surpassed Proton in domestic market sales for the first time ever. Their market share was at 27.4 per cent in comparison with Proton, which only achieved 26.6 per cent. The most important foreign brand was Toyota with a market share of 17.4 per cent. Malaysia is the most important market within ASEAN with a share of 31.5 percent.

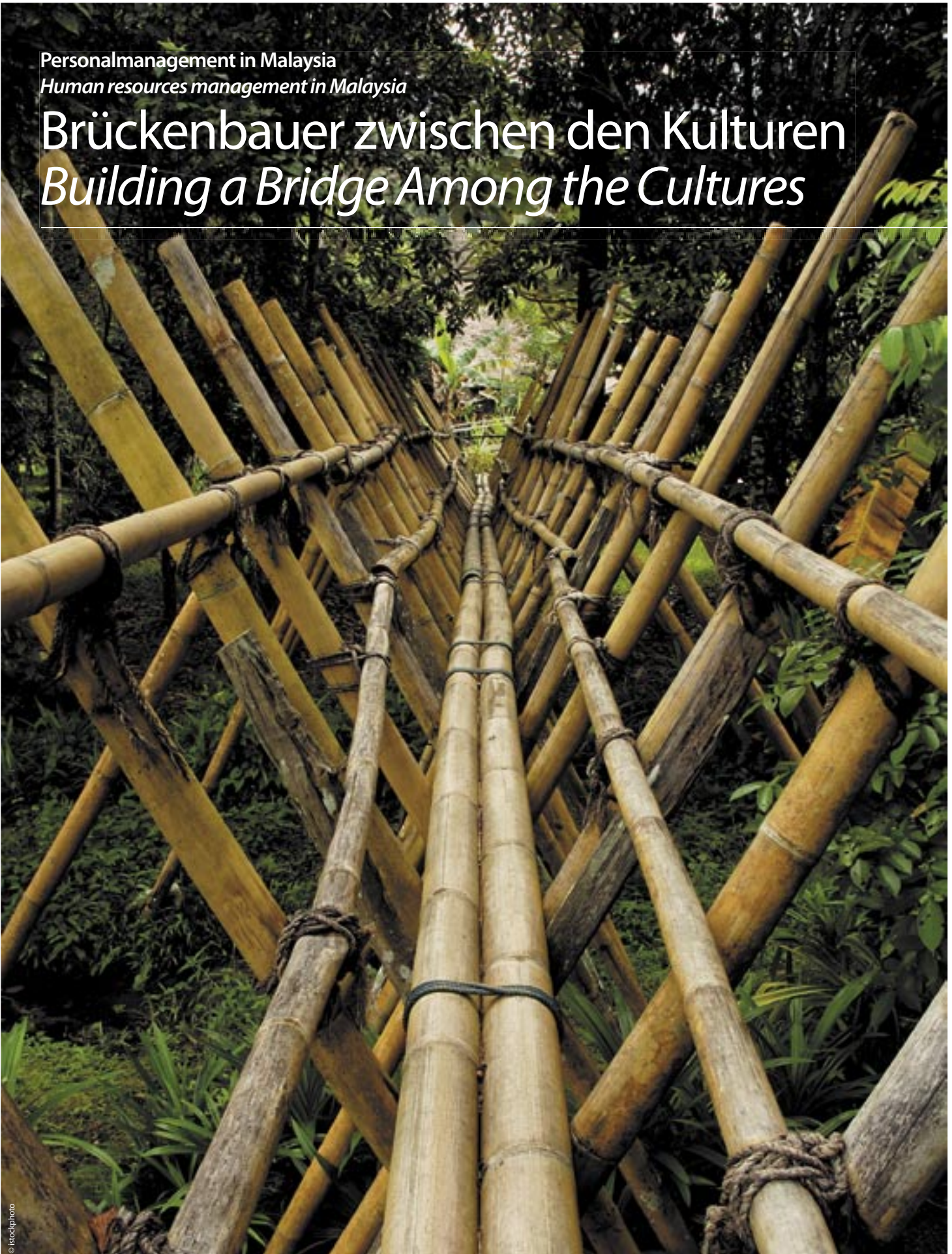
The growing production, decreasing prices for components and the developing ASEAN market spur the fact that more and more suppliers can produce at competitive world market prices. The exports of components are rising strongly. In 2005 Malaysia exported parts worth 402 million EUR; in 2004 the figure was 299 Million EUR. In Malaysia there are 350 to 500 efficient suppliers manufacturing around 4,000 different components. But this is not only about simple accessories for the international market. Malaysia is not only extending its electronics industry to create new, cost-effective offers in the car electronics area. It is also an interesting place for buyers because of its products made of natural materials and natural rubber.

Countries will not be competitors but regional locations

If a few years ago state-effected promotion and protection of the national industry had been the base for building up an automotive industry, these measures are becoming counter-productive now and prevent innovations. Therefore, particularly in Asia the further internationalisation of the industry is very likely. Countries will not be competitors in the future but regional locations with their specific production factors. ☉

Personalmanagement in Malaysia
Human resources management in Malaysia

Brückenbauer zwischen den Kulturen *Building a Bridge Among the Cultures*



Die besten Fachkräfte sind die malaysischen Studenten, die im Ausland ein Studium absolviert haben. The best graduates are still Malaysian students who studied abroad.

Article: Lodowing Insium Asia-Pacific Management Consulting GmbH

Malaysia genießt den Ruf eines erfolgreichen Exportlandes mit einer ausgezeichneten Infrastruktur. Der Wandel von einem südostasiatischen Billiglöhland zum Hersteller hochwertiger Elektronik wäre aber ohne gut ausgebildete Ingenieure und Facharbeiter nicht denkbar gewesen. Das Personalmanagement muss dafür sorgen, dass in dem multiethnischen Staat Malaien, Chinesen und Hindus gut zusammenarbeiten.

Neben den staatlichen Universitäten haben sich eine Reihe von privaten Hochschulen in Malaysia etabliert, die für eine sehr gute Ausbildung im Ingenieur- und Wirtschaftswesen sorgen. Die besten Fachkräfte sind aber immer noch die malaysischen Studenten, die im Ausland ein Studium absolviert haben und wieder in ihr Heimatland zurückkehren. Amerikanische, britische und australische Universitäten werben mit großen Tageszeitungsanzeigen um die zahlungswilligen Studenten. Trotz der hohen Studiengebühren gelingt es den renommierten Universitäten jedes Semester mehrere Tausend neue Studenten für ein Studium in Übersee zu begeistern.

Ausländische Investoren stoßen kaum auf sprachliche Barrieren

Im Gegensatz zu China und Vietnam stoßen ausländische Investoren kaum auf sprachliche Barrieren. Sehr gute Englischkenntnisse können nicht nur von Universitätsabsolventen verlangt werden, sondern auch von einfachen Arbeitern. Englisch ist von der Grundschule an Pflichtsprache und wird im Berufsalltag genauso häufig gesprochen wie auf der Straße. Eine Ausnahme bilden die Gastarbeiter aus Indonesien, die vorzugsweise in der Fertigung und in der Baubranche als ungelernte Arbeiter oder aber als Haushaltshilfen eingesetzt werden. Ohne die zusätzlichen Arbeitskräfte aus Indonesien, das mit über 220 Millionen Einwohnern fast zehn Mal mehr Einwohner als Malaysia hat, wäre das Wirtschaftswachstum der Vergangenheit undenkbar.

Ausländische Manager müssen in erster Linie berücksichtigen, dass Malaysia ein multiethnisches Land ist. Erfolgreiches Personalmanagement bedeutet deswegen, eine Brücke zwischen der malaiischen, chinesischen und hinduistischen Kultur zu schlagen. Der malaiische Bevölkerungsanteil beträgt knapp 60 Prozent und ist überwiegend durch seine islamischen Züge gekennzeichnet. Malaien werden als „Bumiputra“, Söhne der Erde, bezeichnet und genießen noch immer viele wirtschaftspolitische Privilegien. Jedoch ist nicht jeder Bumiputra automatisch auch ein Muslim, sondern kann auch eine andere Religionszugehörigkeit wie das Christentum haben.

Chinesen sind mit einem Anteil von 30 Prozent die stärkste Minderheit

In allen staatlichen Einrichtungen ist die Nachmittagspause für das islamische Freitagsgebet obligatorisch. Private Betriebe mit eigenen Kantinen sollten darauf achten, Speisen nach der islamischen Vorschrift „halal“ zuzubereiten. Chinesen sind mit einem Bevölkerungsanteil von etwa 30 Prozent die stärkste Minderheit. Sie gelten als treibende Kraft der wirtschaftlichen Entwicklung im Land und lassen ihren Nachwuchs vorzugsweise an teuren Auslandsuniversitäten studieren. Sie sind noch stark vom konfuzianischen Einfluss geprägt und beherrschen neben Englisch und Malaiisch auch Mandarin in Wort und Schrift. Mittlerweile werden viele malaysisch-chinesische Ingenieure in China eingesetzt, nicht nur weil sie die Sprache beherrschen, sondern auch weil ihre Arbeitsqualität als sehr hoch und zuverlässig eingeschätzt wird. Die indische Bevölkerungsgruppe, die weniger als zehn Prozent ausmacht, folgt noch streng den hinduistischen Konzepten. Die freie Entfaltung von Kultur und Religion ist in Malaysia gesetzlich fest verankert und spiegelt sich auch im Jahreskalender wider, wo die wichtigsten Festtage von Muslimen, Christen, Hindus und Chinesen als nationale Feiertage eingetragen sind.

Malaysia does have a good reputation as a successful export-oriented country with an excellent infrastructure. The successful transformation from a low-cost production to a high-tech electronic location could be only achieved due to the well-educated engineers and skilled workers. Human resources management has to make sure that in the multi-ethnic country Malay, Chinese and Hindu work together well.

There are plenty of private universities besides public institutions, which ensure an excellent education in engineering and economics science. But the best graduates are still Malaysian students who studied abroad and want to return to Malaysia. American, British and Australian Universities post many advertisements in big newspapers to attract students. Even the tuition is extremely high, every semester renowned foreign universities are successful in convincing young Malaysians to study abroad.

Foreign investors do not meet language problems

In contrast to China and Vietnam, foreign investors do not meet language problems in Malaysia. Fluent oral and written English skills cannot only be requested from graduates, but also from non-skilled workers. English courses are obligatory and are starting from the primary school. English is widely spoken in the office and on the streets. Only Indonesian workers who mainly work in the production or construction as non-skilled workers and also housekeepers do usually not speak English. But without the manpower from the neighbour country, which has ten times more people than Malaysia (in total 220 million inhabitants) could never have achieved that economic growth.

Foreign managers have to consider that Malaysia is a multi-ethnic country. Successful human resource management means to be able to build a bridge among Malay, Chinese and

Hindu culture. About 60 per cent of the population are originally Malays and are characterised by its Islamic attitude. Malay people are called „Bumiputra“ (son of the earth) and do still benefit from the economic policy privileges. But not every Bumiputra must be a Muslim. Also members of Christian, Hindu or Buddhist community are regarded as Bumiputras.

In public institutions, the afternoon break on Friday is a must for the Muslim prayer. Private organisations with canteen should consider the Islamic rule „halal“ in preparing the food. Chinese immigrants cover about 30 per cent of the population and belong to the largest minority. They can be described as the moving force of the economic development in this country and prefer to send their children to study abroad. The Chinese minority are heavily affected by the Confucian ideas. Additionally, they are fluent in oral and written Malay, English and Mandarin.

Currently many Chinese engineers from Malaysia are working in China not only due to their Mandarin skills, but also because of their reliable work skills. Finally, the Indian immigrants who do strictly follow the Hindu doctrine cover less than ten per cent of the population. The Malaysian law regulates the liberty of culture and religion. For example, the important holidays of Muslim, Christian, Hindu and Chinese are included into the national holidays of the Malaysian calendar.

In consideration of these conditions, a foreign manager needs to know the important habits and customs. It is necessary to pay attention to the cultural taboos whether you attend a business meeting or have a personal discussion. It happens very often that you need to go out for dinner, but due to the different ethnics you do not know which restaurant you should choose. Muslims do not eat pork and Hindu people do not eat beef. What to do? Is there any difference in conducting interviews, which you have to consider as a foreign manager? Who is the most suitable employee for your western company?

Manager müssen die Sitten und Gebräuche kennen. Manager need to know the habits and customs.

In Anbetracht dieser Gegebenheiten muss ein ausländischer Manager die wichtigsten Sitten und Gebräuche kennen. Ob nun bei Geschäftsessen oder bei Personalgesprächen mit Mitarbeitern, es sollten alle kulturellen Tabus beachtet werden. Sehr häufig entsteht die Frage, wo man mit seinem Team dann zum Essen hingeht, wenn alle drei unterschiedliche Ethnien vertre-

ten sind? Muslime essen kein Schweinefleisch und Hindus kein Rindfleisch. Was nun? Gibt es Unterschiede bei Gesprächen mit Bewerbern, die ein ausländischer Personalmanager beachten muss? Und welcher Mitarbeiter passt am besten zu einer westlichen Firma? Trotz der vielen kulturellen Umstände dürfen diese Fragen aber nicht als

Author

Lodowing Insiun

Project Manager, Asia-Pacific Management Consulting GmbH, Düsseldorf

Phone: +49 (0)211/828942-0

Fax: +49 (0)211/828942-15

www.asia-pacific.de

apmc@asia-pacific.de

Hindernisse verstanden werden. Mit ein wenig Geschick und Einfühlungsvermögen lassen sich Konflikte gezielt vermeiden. ☺

Basically these questions should not be regarded as a barrier though there are many cultural particularities. Conflicts can be avoided if you are sensitized to those situations. ☺

ProcurXCHANGE 2006

Einkäufer treffen sich in Kuala Lumpur Buyers Get Together in Kuala Lumpur

local global

Die Avail Corporation organisiert vom 11. bis 14. Juli 2006 in Kuala Lumpur eine regionale Konferenz mit Messe, bei der sich die in Asien führenden Personen aus dem Bereich Beschaffung und Logistik ein Stelldichein geben. Diskutiert werden die neuesten Entwicklungen und Trends, die Auswirkungen auf den weltweiten Einkauf, die Beschaffungsstrategien sowie das kundenorientierte Logistikmanagement haben werden.

Nach Angaben von Avail wird die Beschaffung in nächster Zeit einen immer wichtigeren Beitrag zum Unternehmenswert in breitgefächerten Branchen leisten. Hier seien in erster Linie Logistikdienstleistungen, Informationstechnologie, Telekommunikation, Hightech-Elektronik, Bank- und Finanzdienstleistungen, verarbeitende Industrie und Gesundheit zu nennen sind. Getrieben von sprunghaft steigenden Kosten und dem sich verschärfenden weltweiten Wettbewerb müssten Beschaffungsexperten ständig nach neuen und effektiveren Wegen suchen, um Verluste zu minimieren und Einsparpotenziale zu realisieren. Sie müssten neue Möglichkeiten zur Steigerung des Marktanteils fin-

den und die tatsächlichen Gesamtbetriebskosten berechnen, damit sowohl absolute Nachhaltigkeit als auch Kosten- und Preisvorteile gewährleistet werden können.

Gleichzeitig sollte die Beschaffungsfunktion das Kundenfeedback kontinuierlich zu Best-Practice-Initiativen nutzen und darüber hinaus Geschäftsprozesse optimieren, um der Kundenanforderung nach zeitgerechten Lieferungen entsprechen zu können. Die Frage sei nicht mehr, ob in Niedrigpreisländern beschafft wird, sondern was beschafft wird und wie und wann diese Beschaffung stattfindet. Damit könne eine transparente Logistikketten realisiert werden, die die zuverlässige und pünktliche Lieferung von Qualitätskomponenten durch den Hersteller gewährleistet und somit dem Bedarf nach kurzen Umschlagzeiten großer Lieferungen und sich ändernden wirtschaftlichen Erfordernissen Rechnung trägt.

Der ProcurXCHANGE 2006 vorangestellt wird ein Workshop für „Bestmögliche Beschaffungsergebnisse durch Strategisches Outsourcing“, dessen Ziel in der Realisierung effektiver Outsourcingstrategien besteht. ☺

Avail Corporation organises in Kuala Lumpur from 11th to 14th of July 2006 a regional conference and exhibition that will gather Asia's top procurement and supply chain executives under one roof for an exchange of the latest business insights and industry trends impacting global procurement, strategic sourcing and customer-driven supply chain management.

According to Avail, procurement is set to become a lead contributor to enterprise value across broad-based industries including Third Party Logistics, information technology, telecommunications, high tech electronics, banking and financial services, manufacturing and healthcare. With escalating costs and intensifying global competition procurement professionals have to constantly find new and more effective ways of minimizing loss and maximizing saving, seek new ways to advance growth in terms of market share, and identify true total cost of ownership to ensure absolute sustainability as well as cost and price improvements.

At the same time, the procurement function should constantly utilise

customer feedback to create new best practice initiatives and also to improve business processes to keep up with customer demand with timely delivery. The question facing procurement executives would no longer be on whether to embark on low-cost countries sourcing but what, how and when to source that will allow supply chain visibility to ensure reliable and timely delivery of quality components from supplier to meet quick turn-around bulk customer orders and changing business needs.

ProcurXCHANGE 2006 is preceded by a pre-conference workshop on "Achieving Best-in-Class Procurement with Strategic Outsourcing" focusing in achieving effective outsourcing strategies. ☺

Contact

Avail Corporation

Singapore

Colleen Yong

Phone: +65 62365671

Fax: +65 62211733

cyong@availcorp.com

Neuer China-Kontakt-Point bei Plagiatsorgen

New China Contact Point in Case of Plagiarism

Contact

Aktionskreis Deutsche Wirtschaft
gegen Produkt- und Markenpiraterie e.V. (APM), Berlin
Ulrich Jürgensen
Phone: 030/20308-2720
Fax: 030/20308-2718
Juergensen.ulrich@berlin.dihk.de

local global

Als Reaktion auf die zunehmenden Produktfälschungen aus Fernost hat der Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM) mit Unterstützung des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) in Berlin eine Anlaufstel-

le für Unternehmen mit Plagiatsorgen eingerichtet. „Wir wollen damit sicherstellen, dass im engen Schulterschluss mit den Regierungsstellen Wege gefunden werden, Unternehmen – außerhalb der teuren juristischen Rechtsverfolgung vor Ort – bei ihrem Kampf gegen gefälschte Einfuhren aus China zu helfen“, erklärt DIHK-Hauptgeschäftsführer Martin Wansleben.

Fast 60 Prozent der im Jahr 2005 vom deutschen Zoll beschlagnahmten Fälschungen stammten aus Fernost – 47 Prozent aus China und Hongkong. ☺

As a reaction to an increasing number of product imitations from the Far East, the initiative German Economy against Product and Brand Piracy (APM) has set up a point of contact for companies suffering from plagiarism in cooperation with the German Chamber of Industry and Commerce (DIHK) in Berlin. “With this step we want to make sure of finding ways to help companies in their fight against counterfeit imports from China – in addition to expensive law enforcement actions in China – in close coop-

eration with government authorities,” explains Michael Wansleben, General Manager of the DIHK.

Almost 60 per cent of all counterfeit products confiscated by German Customs in 2005 came from the Far East – 47 per cent from China and Hong Kong. ☺

Anzeige

Analysis

Strategy

Implementation

Risk Management

Opportunities in India

created for success

We support our international clients in their strategic planning and accompany the implementation of their investments in India.

- Branch focussed market entry strategies and M&A solutions
- Implementation solutions through international professionals
- Risk management



BASF will mit renommierten Forschungsinstituten in Asien enger zusammenarbeiten und Top-Wissenschaftler gewinnen.
BASF wants to cooperate more closely with renowned research institutes in Asia and win over top scientists.

BASF eröffnet Forschungszentrum für Nanotechnologie in Singapur

BASF Opens Nanotechnology Research Centre in Singapore

local global

BASF hat ihr erstes Forschungszentrum für Nanotechnologie in Asien eröffnet. Das Chemieunternehmen aus Ludwigshafen will bis zum Jahr 2008 insgesamt 13 Mio EUR in das neue Zentrum in Singapur investieren.

„Dies ist ein bedeutender Schritt, der uns helfen soll, unsere ehrgeizigen Ziele in der Nanotechnologie zu erreichen“, erklärt Stefan Marcinowski, Mitglied des Vorstands der BASF und Sprecher der Forschung. „Dank des neuen Zentrums können wir enger mit renommierten Forschungsinstituten in Asien zusammenarbeiten und Top-Wissenschaftler gewinnen, die mit und für unsere Kunden in der Region forschen.“

Teo Ming Kian, Vorsitzender der Wirtschaftsförderungsorganisation Singapore Economic Development Board (EDB), sagt: „Wir sind sehr erfreut, dass die BASF Singapur als einen Knotenpunkt ihrer globalen F&E-Strategie (F&E - Forschung und Entwicklung) ausgewählt hat. Dies entspricht dem Ziel des EDB, dass in Singapur nicht länger nur Technologie effizient umgesetzt wird, sondern dass wir hier auch innovative Technologie und Know-how entwickeln. Das Zentrum unterstreicht eindrucksvoll die hohe Wertschätzung der Fähigkeiten, der Infrastruktur und des Schutzes von geistigem Eigentum in Singapur.“

BASF has opened its first nanotechnology research centre in Asia. The chemical company from Ludwigshafen intends to invest a total of 13 million EUR in the new centre in Singapore by 2008.

“This is an important step which will help us to achieve our ambitious goals in the nanotechnology area,” says Stefan Marcinowski, BASF Member of the Board and research spokesperson. “Thanks to the new centre, we can cooperate more closely with renowned research institutes in Asia and win over top scientists, who will research with and for our customers in the region.”

Teo Ming Kian, Chairman of the business promotion organisation Singapore Economic Development Board (EDB), says: “We are very pleased that BASF has chosen Singapore as one of the hubs for its global R&D (Research and Development) strategy. This corresponds with the EDB’s goal to not only deal efficiently with technology in Singapore but also develop innovative technology and know-how. This centre strongly underlines the high evaluation of capabilities, infrastructure and the protection of intellectual property in Singapore.”

Herausforderung:
Sourcing in China



Far Eastern Limited
Ihr kompetenter Partner in Sachen
Einkauf in der VR China!

Unsere Leistungen beim Sourcing / Global Procurement:

- Beschaffungsmarktanalysen und Sourcing-Strategien
- Bewertung und Controlling von Lieferanten
- Preis- und Qualitätsvergleiche
- Benchmarking
- Qualitäts-Monitoring und Inspektion
- Konzepte für lokales Supply Chain Management

Gerne stellen wir Ihnen bei einem unverbindlichen und für Sie kostenfreien Erstberatungsgespräch unsere weiteren Leistungen rund um die Marktbearbeitung in China vor.

Profitieren Sie von:

- Markterfahrung seit 1992
- Team von 30 chinaerfahrenen Consultants
- Ständige Marktpresenz mit 4 Büros in Beijing, Shanghai, Guangzhou und Xiamen
- Kontakte zu chinesischen Entscheidungsträgern
- Datenbanken und Profile zu chinesischen Lieferanten



Ralf Marohn
Managing Director



Jianmin Liu
Senior Consultant

Fernost Beratungs- und Handelsgesellschaft mbH
Lagerhausstr. 26
D-67061 Ludwigshafen
Tel.: 06 21 - 5 86 21-0
Fax: 06 21 - 5 29 65 81
info@far-eastern.de
www.far-eastern.de

Far Eastern Limited

Bosch baut Präsenz in China aus Bosch Extends Presence in China

local global



Bosch will zwischen 2006 und 2008 etwa 620 Mio EUR in China investieren.
Bosch intends to invest some 620 million EUR in China between 2006 and 2008.

Die Bosch-Gruppe baut zwei Produktionsstandorte für Kraftfahrzeugtechnik in China deutlich aus. Nach Angaben des Stuttgarter Unternehmens betragen die Gesamtinvestitionen hierfür etwa 160 Mio EUR.

The Bosch Group is significantly extending two manufacturing facilities for automotive technology. According to the Stuttgart-based company, the investment will reach some 160 million EUR in total.

In Changsha sollen neue Kapazitäten für die Entwicklung und Herstellung von Produkten wie Starter und Generatoren geschaffen werden. In Suzhou investiert man in die Produktion von elektronischen Steuergeräten für Airbags, ABS und ESP. „Die Nachfrage nach hochwertigen Kraftfahrzeugtechnik-Produkten in China nimmt stark zu. Deswegen bauen wir unsere Präsenz nahe an unseren Kunden deutlich aus“, sagt Rudolf Colm, Bosch-Geschäftsführer und verantwortlich für die Region Asien-Pazifik. Der Automobilzulieferer teilt weiter mit, zwischen 2006 und 2008 in der Volksrepublik etwa 620 Mio EUR investieren zu wollen. Ein Großteil hiervon sei für den Auf- und Ausbau von Entwicklungs- und Fertigungskapazitäten für die Kraftfahrzeug-Erstausrüstung vorgesehen. ☉

In Changsha, Bosch plans to create new facilities for the development and manufacture of products such as starters and alternators. In Suzhou, the company was investing in the production of electronic control units for airbags, ABS, and ESP systems. „The demand for high-quality automotive products in China is increasing dramatically. In response to this, we are significantly expanding our presence at sites where we are close to our customers“, says Rudolf Colm, member of the Bosch Management Board responsible for Asia Pacific. The automotive supplier further announced that it intends to invest some 620 million EUR in the People's Republic between 2006 and 2008. The better part of this was dedicated to setting up and expanding development and production capacities for original automotive equipment. ☉

Deutsche Unternehmen setzen auf Hongkong

German Companies Favour Hong Kong

presstext

Wie die internationale Konkurrenz haben auch die deutschen Unternehmen Hongkong als Tor zum boomenden chinesischen Markt erkannt. Insgesamt tummeln sich bereits etwa 500 Firmen aus der Bundesrepublik in der ehemaligen britischen Kronkolonie. Nach einer leicht rückläufigen Entwicklung zwischen 2001 und 2004 verbucht Hongkong seit 2005 wieder einen deutlichen Anstieg deutscher Firmenansiedlungen. „Hongkong ist als Beschaffungsmarkt für deutsche Firmen interessant“, erklärt Sabine Dietlmeier, Firmenberaterin der deutschen Auslandshandelskammer in China. Viele chinesische Betriebe unterhielten in Hongkong ihre Vertriebsbüros.

Dabei besticht die Sonderverwaltungszone aber nicht nur durch ihre Nähe zu China. Gegenüber dem chinesischen Festland punktet Hongkong vor allem

in Sachen Telekommunikations- und Verkehrsinfrastruktur, freie Wirtschaft und gut ausgebildete internationale Mitarbeiter. „Der Schutz des geistigen Eigentums, die Möglichkeit des freien Reisens in benachbarte Länder und nicht zuletzt die von vielen Ausländern geschätzte Lebensqualität gelten als weitere Standortvorteile“, meint Dietlmeier. Einen Nachteil sieht die Beraterin aber darin, dass Beschränkungen für ausländische Firmen in China mit wenigen Ausnahmen auch für Hongkonger Unternehmen gelten. Den regen Handel deutscher Unternehmen mit Hongkong belegen die Zahlen des Statistischen Bundesamts, Wiesbaden. Demnach sind die deutschen Exporte im vergangenen Jahr auf 4,1 Mrd EUR angestiegen. Importiert wurden Waren im Wert von zwei Mrd EUR. ☉

Just like their international competitors, German companies have identified Hong Kong as the gate to the booming Chinese market. Some 500 Federal Republic companies in total have already found their home in the former British crown colony. After a slight decrease between 2001 and 2004 the establishment of German companies in Hong Kong has risen steeply since 2005. „Hong Kong is an interesting purchasing market for German companies“, explains Sabine Dietlmeier, Business Consultant for the German Foreign Chamber of Commerce in China. Many Chinese enterprises maintain their sales offices in Hong Kong. But its closeness to China is not the only asset of the Special Administrative Zone. In comparison with the rest of China, Hong Kong has advantages with respect to its telecommunica-

tions and traffic infrastructure, its free economy and its highly qualified employees. „The protection of intellectual property, the opportunity to travel freely to neighbouring countries and, last but not least, the quality of living so valued by many foreigners are considered locational advantages“, says Dietlmeier. The Business Consultant does point out, though, that the restrictions for foreign companies in China are valid, with few exceptions, for Hong Kong-based companies as well. The numbers provided by the Statistisches Bundesamt (Federal Statistical Office) in Wiesbaden document the brisk trading activities of German companies with Hong Kong. According to the office, German exports have increased to 4.1 billion EUR last year. The import of goods was worth two billion EUR. ☉

Indien will Fokus auf Produktstärke lenken

India Focuses on Product Strength

presstext

Der indische Telekom-Softwarehersteller Subex Systems, Bangalore, hat sich den britischen Konkurrenten Azure Solutions, London, geschnappt. Der 140 Mio USD schwere Merger bedeutet aber nicht nur die größte Übernahme eines ausländischen Softwareherstellers durch ein indisches Unternehmen. „Der Deal unterstreicht Indiens steigende Fähigkeiten im weltweiten Softwaregeschäft“, zitiert die Times of India den Subex-Chef Subhash Menon. Außerdem soll damit der Fokus weg von den Kostenvorteilen auf die Produktstärke der indischen Hersteller gelenkt werden, hofft Menon.

Wie Subex setzt derzeit auch die indische IT-Dienstleistungsbranche auf eine Expansion in Europa. So hat sich Wipro Technologies, Bangalore, Ende 2005 für 47 Mio USD den Vorarlberger Chipdesigner NewLogic einverleibt. Um in Europa erfolgreich zu sein, brauche Wipro eine bessere lokale Präsenz. Bisher sind die meisten Dienstleistungen von Indien aus geliefert worden. Nun wolle sich Wipro aber stärker als globaler Anbieter positionieren, erklärte Ramesh Emani, Präsident der Wipro-Sparte Product Engineering Solutions. ☉

The Indian telecom software provider Subex Systems, Bangalore, has absorbed the British competitor Azure Solutions, based in London. The merger, worth 140 million USD, is not only the largest takeover of a foreign software maker by an Indian company. „This deal underlines India's growing capabilities in the global software business“, Subex boss Subhash Menon was quoted by the Times of India. Additionally, the focus will move away from cost benefits and directed towards the product strength of Indian providers, hopes Menon.

Like Subex, the Indian IT services industry is also placing its emphasis on expanding to Europe. At the end of 2005, Wipro Technologies, Bangalore, acquired the chip design firm NewLogic, Vorarlberg, Austria, for 47 million USD. In order to be successful in Europe, Wipro needed a stronger local presence. Until now most services had been delivered from India. Now Wipro would like to present itself as a global provider, explained Ramesh Emani, President of Product Engineering Solutions at Wipro. ☉

Der Aufbau einer Produktionsstätte in China setzt eine gründliche strategische, finanzielle und betriebswirtschaftliche Planung voraus. Auch wenn China-Experten zu Rate gezogen werden – auf Probleme muss das damit betraute Team immer gefasst sein.

Kundenforderungen nach lokalen Service- und Vertriebsseinheiten, Kostendruck in chinesischen und internationalen Märkten und strategische Positionierungsmotive im asiatischen Markt stehen in einigen mittelständischen Unternehmen und Konzernen stärker im Vordergrund als die Realisierung der lokalen Marktpotenziale in den chinesischen Abnehmerindustrien selbst. Die Rahmenbedingungen haben sich bei Standort- und Unternehmensgründungen, Bauplanungen und beim Aufbau von Produktionsstätten merklich geändert: Die Unternehmen haben strengere Zeitvorgaben, Kundenabkommen für erste lokale Lieferungen und unabdingbare Terminvorgaben zu Kostensenkungen durch lokale Beschaffungsmaßnahmen.

Die positive Nachricht: Mit einem erfahrenen Projektteam aus internen und externen Mitgliedern sowie einer modular aufgebauten Projektmanagementorganisation kann der Aufbau einer Fertigungsstätte inklusive der im Vorfeld erforderlichen konzeptionellen Arbeiten und Unternehmensgründungen bis zur Baufertigstellung innerhalb von etwa neun bis 15 Monaten geschafft werden.

Entscheidungsparameter sind interdependent

Wichtiger Meilenstein zu Projektbeginn: Ein klares, intern komplett abgestimmtes Chinakonzept für die zukünftige Fertigungsstätte. Aufgrund der hohen Verflechtungen einzelner Entscheidungen vor Projektbeginn sind nicht unerhebliche konzeptionelle Vorarbeiten zu leisten. Diese erfordern etwa vier bis sechs Wochen Zeit. Parallel verläuft bereits die Abstimmung mit den relevanten Behörden auf der chinesischen Seite. Im Ergebnis sollte im Wesentlichen folgendes vorliegen:

Aufbau von Fertigungsstätten in China

„Trouble Shooting“ ist die Regel

Article: Daniela Bartscher-Herold Partner & Head of Implementation Team, EAC- Euro Asia Consulting PartG

- Langfristig ausgerichtete Wertschöpfungsstrategie und Produktprogrammkonzept
- Eingrenzung potenzieller Standorte auf etwa zwei bis drei relevante Zonen
- Transparenz über zukünftige Kunden- und Lieferantenstrukturen
- Fundierte Business- und Investitionsplanung
- Detaillierte Team- und Zeitplanung

Die Standortwahl und –bewertung wird in vielen Projekten unterschätzt. Ein Hauptgrund liegt in der mittlerweile professionellen Vermarktungsarbeit lokaler Zonenverwaltungen: Angebote von so genannten One-Stop-Services. Zügige Registrierungen bis hin zur vorläufigen Bewilligung von wichtigen Dokumenten sollen Investoreninteresse wecken. China-Experten wissen jedoch: Wegen der chinesischen Gesetzgebung sind die Handlungsspielräume der Wirtschaftszonen sehr eng. Die Legitimation ist auf die Vermarktung von Landnutzungsflächen begrenzt – in einigen Fällen auch auf Mietgebäude. Jede Investition erfordert Verhandlungen mit etwa 20 unterschiedlichen Behörden, um eine Planungssicherheit und solide Rechtsbasis des Projektes zu gewährleisten.

Als Baumodell bevorzugen europäische Investoren meistens die Miete und nicht den Eigenbau. Neben der Variante, in ein bestehendes, bezugsfertiges Gebäude (Ready-to-Lease-Gebäude) einzuziehen, kann in einigen Zonen auch ein Built-to-Lease-Modell als Mietvariante verhandelt werden. Bei letzterem sind es keine Standardfabriken sondern von Sub-Unternehmen individuell auf den Kunden zugeschnittene Auftragsbauten. Die Mietzinsen sind dann etwa doppelt so hoch wie in den Ready-to-Lease-Modellen, zuzüglich ist aufgrund von individuellen Bauspezifika mit einer Beteiligung am Bauinvest-

ment in Höhe von bis zu 40 Prozent zu rechnen. Somit unterscheidet sich das Built-to-Lease-Modell vom Eigenbau unter Berücksichtigung einer kalkulatorischen Miete für einen Zeitraum von fünf Jahren nicht wesentlich. Vorteil des Eigenbaus ist, dass der Investor nur mit einem Hauptvertragspartner verhandelt, während bei Built-to-Lease-Modellen zusätzlich die lokale Zonenverwaltung involviert ist.

Bauplanung und Gründung des Unternehmens erfolgen gleichzeitig

Die Bauplanung und die Unternehmensgründung sollten aus zeitlichen Gründen und unter Berücksichtigung einiger Regularien zeitgleich geschehen. In einem ersten Schritt ist es empfehlenswert, die wichtigsten Parameter mit den Schlüsselbehörden im Vorfeld zu diskutieren und bereits erste Abstimmungen einzuholen. Das chinesische Handelsministerium und lokale Steuer- und Zollbehörden gelten als erste Adressaten. Es kann aber auch die Situation eintreten, dass diese Oberbehörden sich zuerst von Subbehörden Stellungnahmen einholen. Somit ist in einigen Fällen, vor allem in Projekten mit Vorschriften zum Local Content, Importrestriktionen, speziellen Umweltauflagen, komplexen Vertragspartnerkonstellationen oder innovativen Rechtsformen, auch ein Behördenmarketing von unten nach oben empfehlenswert.

Es hat sich bewährt, diese Abstimmungen und insbesondere die anschließenden Verhandlungen über spezifische Projektkonditionen durch externe Projektverantwortliche führen zu lassen. Es kann zwischenzeitlich zu ersten Konfrontationen kommen – Um die Projekte finanziell und rechtlich optimal auszurichten, bedarf es China-Know-how und erfahrener Experten, die als harte Verhandlungsführer im Auftrag des Investors agieren.

Die Gründungsphase bis zum Erhalt der Geschäftslizenz umfasst zahlreiche Einzelschritte und –phasen. Über 40 zweisprachige Dokumente sind zu erstellen. Die chinesische Version ist rechtlich bindend. Als wichtigste Dokumente gelten die frühere Feasibility-Studie, heute Project Approval Report, die Satzung, der Umweltreport und zahlreiche Verträge wie Miet- und/oder Landnutzungsvertrag, Land Use Reservation Agreements sowie Bauverträge mit komplexen Anhängen.

Bei der Gründung von einfachen Rechtsformen, wie zum Beispiel der Produktions-WFOE (WFOE- Wholly Foreign Owned Enterprise – eine Gesellschaft mit ausschließlich ausländischer Beteiligung), sind etwa drei Monate einzuplanen. Für die innovativen und rechtlich mit attraktiven Erweiterungsmöglichkeiten des Geschäftszwecks versehenen Unternehmensformen, zum Beispiel eine Produktions-FICE (FICE - Foreign Invested Commercial Enterprise) mit Handelsrechten, muss der Investor mit etwa vier bis sechs Monaten rechnen.

Der Aufbau von Fertigungsstätten in China ist mit täglichen Änderungen wie neuen Verhandlungsprozessen oder geänderten Rechtssituationen konfrontiert. Das interne und externe Team sollte konstant gehalten werden, über Geduld und die so genannte Trouble-Shooting-Mentalität, Problemlösungsmentalität, verfügen sowie Flexibilität und Verständnis von der Unternehmenszentrale erwarten können. Erfolgsentscheidend sind in jedem Fall ausreichende Teamkapazitäten – Im Idealfall gibt es einen Projektleiter des Investors in der europäischen Zentrale, der das interne Management von Architekten, Technikern und Ansprechpartnern im Bereich Finanzen und Geschäftsführung übernimmt. ☉

Set-up of production sites in China

Trouble Shooting Is the Rule

Author

Daniela Bartscher-Herold
Partner & Head of
Implementation Team
EAC- Euro Asia Consulting PartG,
Munich, Shanghai & Mumbai
www.eac-consulting.de

The set-up of a production site in China requires a thorough strategic, financial and operational planning process. Even if China experts are consulted, the team always has to be prepared for problems.

Recently small and medium-sized enterprises (SMEs) and affiliated groups seem to pay more attention to such aspects as customers' requirements for local service and sales units, cost pressure on the Chinese as well as the international markets and motives concerning their strategic positioning on the Asian market rather than utilizing the local market potential of the Chinese consumer industry. The basic conditions for site selection, company establishment, construction engineering and ramp up of production sites have changed remarkably: Companies have to keep tight deadlines, agreements with customers regarding the first local supplies and indispensable target dates for cost reduction through local sourcing measures.

The good news: With support from a sophisticated and experienced team of experts, consisting of both internal and external team members and a modular project management structure, a production site's ramp up beginning with preliminary required conceptual activities and company start-ups to the point of completion can be accomplished within approximately nine to 15 months.

Decisive parameters are interdependent

Important milestone for the project kick-off: Is there a definite and company-internal, completely revised China-concept for the future production site? As a rule, due to the high degree of interlinkage between single decisions in advance of the project start substantial conceptual arrangements have to

be made. Such issues need four to six weeks time to come to a final decision – and this already at the same time and in accordance with the Chinese authorities responsible with the support of the expert team. Generally the result should contain the following aspects:

- Revised, long-term-focused value-added strategy and product program concept
- Containment for potential locations to approximately two to three relevant zones
- Transparency of future customer- and supplier structures
- Firm and thorough business and investment concept
- Detailed team management and scheduling for the ramp up

Site selection and assessment is commonly underestimated in many projects. One of the main reasons are the professional marketing measures of local development zone's administration: So called one-stop-service-offers, from speedy registration until pre-approvals of important document chains, are meant to arouse investor's interest. Yet China experts know: In the context of the Chinese legislation the scope of such economic development zones is extremely restricted – matter-of-factly the legitimization is limited to the marketing of land use rights – in some case to renting property. Every single investment project presupposes negotiations with about 20 different authorities, in order to guarantee planning reliability and a sound legal basis. Regarding the construction model, European investors often prefer so-called leasing opportunities – compared to the opportunity of own construction. Besides the variation of moving into an existing ready-to-lease estate, in some zones there is also the possibility to discuss a built-to-lease renting variation.

Those mainly differ from the standard factories by the tailor-made contractual construction character of a sub-contractor of the zone. Rent is about 100 per cent higher than the ones of ready-to-lease-models, moreover due to individual construction specifics the participation in investment of the construction investment amounts up to 40 per cent. Consequently this built-to-lease-model, taking into account a calculatory rent for a period of five years, hardly differs from own construction. One of the advantages of own construction surely consists of the fact, that the investor only negotiates with a single main contract partner, whereas built-to-lease-models require an additional involvement of the zone's administration, a further party making the negotiation process even more complex.

Simultaneous planning and company establishment

All the processes related to the construction phase and the company establishment should be addressed simultaneously for reasons of efficiency and with regard to some formalities. As a first step, it is highly recommended to discuss the most important key factors with the responsible authorities in advance and if applicable obtain some first authorizations. The Chinese Ministry of Commerce as well as local customs and tax authorities are the first to be addressed – but there might also occur a situation in which these authorities turn to their sub-authorities and ask about their opinion. Consequently for some projects, particularly projects to which regulations about local content, import restrictions, special environmental constraints, complex constellations of contractual partners or innovative legal forms apply, a bottom up authority marketing is recommended. It has proved to be most beneficial to conduct this coordination and especial-

ly the follow-up negotiations concerning specific project conditions by an external project executive. In the meantime this might lead to serious confrontations – to assure an ideal implementation both in financial and legal terms, it takes China-know-how of many years as well as highly experienced experts. They act as tough negotiation partners on behalf of the investor.

The ramp up period includes numerous steps and phases until finally obtaining the business license and requires the complete preparation of bilingual versions of at least 40 documents whereas the Chinese version is legally binding. The key documents are the former feasibility study, recently renamed project approval report, articles of association, the environmental impact assessment as well as numerous contracts, which have to be negotiated in advance.

For the ramp up period of a less complex legal form for example a production-wholly foreign owned enterprise about three months should be scheduled. For more innovative and up to date legal forms which offer attractive legal opportunities to expand the scope of business, such as production foreign invested commercial enterprise including trading rights it takes about four to six months. The ramp up of production sites in China faces daily rearrangements, such as new negotiations processes or altered legal conditions. Therefore the internal and external team should maintain stable, and besides patience also possess the so called trouble shooting mentality and last but not least should be able to rely on the headquarters' flexibility and sympathy. In either case, sufficient team capacity – ideally a project leader of the investor, located at the European Headquarter, is responsible for the internal project management of architects, technicians and takes care of contact persons of the financial and executive board. ☺

China nahm sich ein Beispiel an den USA und nicht an Europa.



© Siemens Pressebild

Das Internet als Wettbewerbsinstrument

Europa hinkt China hinterher

Als China vor zehn Jahren das Internetzeitalter einläutete, waren die Reaktionen von Skepsis geprägt. Die führenden Kräfte in der Zentralregierung sahen das Internet als unersetzliches Instrument bei der wirtschaftlichen Öffnung des Landes. Beobachter jedoch erkannten viele finanzielle, politische und ideologische Bären auf dem Weg zur Konnektivität. Heute sind viele dieser anfänglichen Zweifel verschwunden.

Selbstverständlich gibt es immer noch genügend Schwachstellen. Breitband kann in China im Vergleich zu anderen Ländern zu einem dünnen Faden werden, da die Kapazität der Infrastruktur nicht ausreicht und die Filter der Net-Nanny zusätzlich verlangsamen wirken. Während in den Großstädten bereits über die Hälfte der Haushalte online gehen, hinken die ländlichen Provinzen weit hinterher. Das expansive Wachstum – die Internet-Nutzerzahlen hatten sich anfangs jedes Jahr verdoppelt oder verdreifacht – hat sich über die vergangenen 18 Monate drastisch auf 20 Prozent jährlich reduziert.

Vor einem Jahrzehnt nahm sich China ein Beispiel an den USA, nicht an Eur-

opa. Zehn Jahre später hat China nicht nur viele seiner Vorgaben erfüllt, es fällt mir bei meinen Reisen durch Europa auch auf, wie schlecht das Internet im Vergleich mit China in Europa entwickelt ist.

Zum Wochenanfang habe ich eine ganze Weile gesucht, bevor ich in einem großen Hamburger Einkaufszentrum endlich die Abteilung fand, in der man tatsächlich Computer kaufen konnte. Ich hatte ja nicht erwartet, etwas mit den drei geschäftigen Einkaufszentren in der Nähe meiner Wohnung in Shanghai annähernd Vergleichbares zu finden, aus denen Massen von Leuten ihre Neuerwerbungen nach Hause tragen. Aber diese kleine Abteilung, die schließlich dafür eingerichtet war, den Menschen in Hamburg, Deutschlands zweitgrößter Stadt, den Zugang zum Internet zu ermöglichen, war das krasse Gegenteil. Die Abteilung lag versteckt und war klein und leer, gespenstisch leer. Ein Angestellter tat, als ob er etwas zu tun hätte.

In meinem Hamburger Hotel hat sich das Personal schon daran gewöhnt, dass ich von einem Ort zum nächsten hetze, immer auf der Suche nach der

Internetverbindung, die ich für teures Geld erstehen musste. Parkplatz und Toiletten sind kostenlos und ständig verfügbar, aber das Herstellen einer Internetverbindung in einem Fünf-Sterne-Hotel ist eine Herausforderung. Ich gehe also von meinem Zimmer in die Lounge, die Toiletten und an die Bar und versuche verzweifelt, ein tragfähiges WiFi-Signal zu finden. Das Personal reagiert mitleidig, sobald sie meine Sucht bemerken: Nächste Woche kommt dann mal jemand, der sich um das Problem kümmert.

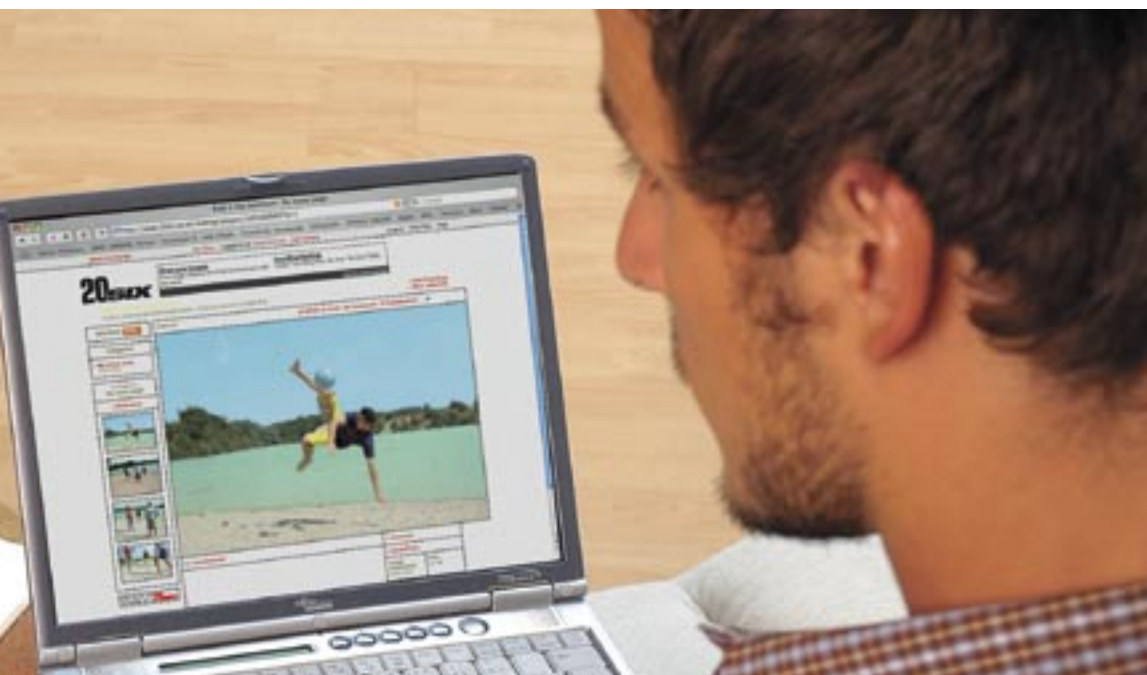
Man will nicht jeden Tag eine Unmenge an Informationen haben

Der deutsche Repräsentant einer Beratungsfirma, die einen großen Auftrag in China bekommen hatte, schaute etwas verstört drein, als ich vorschlug, anstelle des klassischen, monatlich erscheinenden Newsletters für die Industrie, den er vor sich hatte, doch vielleicht das Internet zu nutzen. Mein Argument, dass die Menschen auf diese Weise schneller und umfangreicher über die sich rasant ändernde Wirklichkeit in China informiert werden könnten, wäre in Deutschland nicht

stichhaltig, wie er meinte. „Man will nicht jeden Tag eine Unmenge an Informationen haben. Man möchte eine kleine Auswahl lesen, höchstens einmal im Monat. Und so schnell ändern sich die Dinge hier auch nicht.“

Es gibt durchaus naheliegende Gründe, warum die Online-Aktivitäten und die Konnektivität in Europa im Vergleich mit China und auch den USA zurückbleiben. Der Kontinent ist zersplittert in kleine Sprachgruppen, und die Menschen konzentrieren sich eher auf ihre eigene Kultur, auch wenn sie ein globales Instrument wie das Internet benutzen. Aber dennoch muss gesagt werden, dass ein wohldurchdachter Anstoß der Regierung, die Städte sehr schnell online zu bringen, China in eine viel bessere Position im Wettbewerb mit dem zögerlichen Europa gebracht haben.

Heute morgen habe ich einen Artikel in der Online-Ausgabe der Shanghai Daily über eine online durchgeführte Umfrage der Polizei in Shanghai gelesen, mittels welcher die Meinung der Bürger in Shanghai eingeholt werden sollte. Es scheint eher unwahrscheinlich, dass die Hamburger Polizei solche Techniken einsetzen würde. ☉



The USA served as an example for China, not Europe.

The internet as a competitive tool

Europe Lags Behind China

Article: Fons Tuinstra

When China started to enter the internet age, now a decade ago, reactions were skeptical. The leading forces in the central government saw the internet as an indispensable tool in opening up the country economically. But observers saw many financial, political and ideological bears on that way to connectivity. Now many of those early doubts have disappeared.

Of course, there is still enough to complain. Broadband in China is often a trickle compared to connection elsewhere because the lack of capacity of the infrastructure and the filters of the internet nanny, that narrow down the capacity even more. While the larger cities have over half of their households online, the country side is lagging behind. The expansion growth - the number of internet users used to double or triple each year - has slowed down dramatically over the past 18 months to less than 20 per cent year-on-year.

A decade ago the US served as an example for China, not Europe. Now, ten

years later China has not only delivered much of its promises, traveling in Europe I'm shocked to see how poorly developed the internet is in Europe, compared to China.

It took a while before I had located earlier this week the section in the big mall in Hamburg where you could actually buy computers. I did not expect like the three bustling malls where large numbers of people carry away their new purchases, like I know them in my neighborhood in Shanghai, but the small section dedicated to facilitate going online here in Hamburg, Germany's second largest city, was very much the opposite. The section was hard to find, small and empty, eerie empty. One employee tried to do as if he was busy.

They do not want a lot of information every day

In my Hamburg hotel the staff is already getting used when I rush from one place to the other to use the expensive internet connection I had to purchase. Parking lots and toilets are

for free and always available, but getting a internet connection is a challenge in this five-star hotel. So, I move from my room, to the lounge, the toilets and the bar, desperately trying to find a working wifi-signal. Staff reacts with compassion when they note my addiction: next week they will get somebody to look into the problem.

The German representative of a consultancy with a major assignment in China looked a bit troubled when I suggested that in stead of a classic monthly newsletter for the industry he was looking at, we could perhaps also do an online operation. My argument, giving people faster and more updates on the fast changing realities in China, would not work in Germany, he said. „They do not want a lot of information every day. They want a small selection, at most once a month. Things are not going that fast here.“

There are rather obvious reasons why the online activities and connectivity is lagging behind in Europe, compared to China and also the US. The continent is divided in smaller

language groups and people tend to concentrate themselves to their own culture even when they use a global instrument like the internet. But even then, a coherent push by the government to get the cities online very fast has put China in a much better position to compete that lagging Europe. This morning I read an article in the online edition of the Shanghai Daily about the online session the Shanghai police had organized to solicit the opinions of the Shanghai citizens. It seems very unlikely the Hamburg police are using that kind of methods. ☉



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
JUNE 06**

Zentrum und Peripherie? China und die ASEAN-Staaten

Centre and Periphery? China and the ASEAN States

APFB
Asien-Pazifik-Forum Berlin

Article: Sven Harpering

Managing Director, Asia-Pacific Forum Berlin

Bundeskanzlerin Merkel in China. Die nach ihrem Amtsantritt lang erwartete Reise ins Reich der Mitte. Die Bürde der guten Beziehungen des Amtsvorgängers, an dessen Engagement in und für China sie gemessen werden wird, wiegt schwer. Die Chinesen, die anstatt eines in der Presse angekündigten Sturms lediglich einen leichten Wind zu verspüren meinen. Wie diese Metapher zu verstehen war, wird sich noch zeigen. Der Umgangston hat sich verändert. Auch scheinen in China die Zeiten der medienwirksamen großen Verträge und Milliarden-Abschlüsse anlässlich von Regierungsreisen vorbei.

Ist die Kürze des Besuchs der Kanzlerin und ihre Bemühungen um Abgrenzung zum Auftreten des Vorgängers Schröder in China Zeichen dafür, dass sich an der China dominierten Ausrichtung des Blicks nach Fernost etwas ändert? Zumindest scheint Merkel China mehr als politisches Gegenüber als nur den wirtschaftlichen Partner sehen zu wollen. Was ist mit Japan? Wann werden die ASEAN-Staaten (ASEAN – Association of South-East Asian Nations) wieder in den Fokus gerückt? Wir erinnern uns noch gut an den kurzen Hype der Tigerstaaten. Die führenden ASEAN-Staaten haben sich unbemerkt gemauert – zu Partnern, die unter Umständen wesentlich

berechenbarer als die chinesischen sind. Sie befinden sich wesentlich länger im Blickfeld der westlichen Partner und sind vertrauter mit den internationalen Anforderungen. Eine gut ausgebaute Infrastruktur in den fünf stärksten Ländern der Region, einfachere sprachliche und kulturelle Zugänglichkeit und in der vergangenen Zeit verstärkte Bestrebungen im Hightech-Bereich machen die Region attraktiv.

Der Handel Deutschlands mit den ASEAN-Staaten, der im Vergleich nur ungefähr die Hälfte des deutschen Handelsvolumens mit China ausmacht, geht jedoch kontinuierlich zurück – sowohl im Export als auch im Import. Die Konzentration auf China birgt Gefahren. Es empfiehlt sich, um verstärkte Beziehungen in der Region Ausschau zu halten. Das Problem des Schutzes des geistigen Eigentums, das die Kanzlerin mit Nachdruck angesprochen hat, wird sich so schnell nicht lösen lassen. Die Bekundung guter Absichten auf der chinesischen Seite reicht nicht aus. Angesichts der gefürchteten Dominanz Chinas in der Region, wäre es jedoch vielleicht auch im Sinne von politischem Einfluss effektiver, sich nicht nur direkt mit der „Großmacht“, sondern sich auch mit den Nachbarländern und insbesondere den ASEAN-Ländern besser zu stellen. ☉

Chancellor Merkel in China. The long expected visit to China after taking office. The burden of her predecessor's good relations with China, whose engagement in and for the country is the standard of comparison for the Chinese, weighs heavy. Instead of the storm that has been announced in the press, China pretends to notice only a light breeze. Only the future will show what this metaphor was meant to say. The tone has changed. And also the times of huge contracts and billion dollar deals at the occasion of government meetings in China seem over.

Are the briefness of the chancellor's visit and her efforts to distinguish her appearance from that of Mr. Schröder a hint that the China-dominated orientation of the German view of the Far East will change? At the least, Merkel obviously wants China to be more of a political counterpart and not only an economic partner.

What about Japan? When will the ASEAN states (ASEAN – Association of South-East Asian Nations) return to the focus of attention? We all still remember the brief hype about the tiger states. Unnoticed, the leading ASEAN states have transformed – and have become partners which might possibly be more predictable than

China. They have been under the observation of their western partners for much longer than China and have more experience with international requirements. A well-developed infrastructure in the five strongest countries of the region, easier accessibility of language and culture, and recently intensified efforts in the high-tech area make the region attractive.

But Germany's trade with the ASEAN states, currently reaching only half of that with China in comparison, is reduced continuously – in exports as well as imports.

The concentration on China holds perils. Looking out for improved relations in the region is recommendable. The problem of protecting intellectual property, so emphatically communicated by the chancellor will not be resolved quickly. A demonstration of goodwill by the Chinese side is not good enough.

In the face of the much-feared dominance of China in the region it might be more effective for the purpose of political influence to not only come to terms with the 'superpower' but also to chum up with the neighbouring countries and especially with the ASEAN countries. ☉

Guter Zeitpunkt für den Markteinstieg *A good moment for market entry*

Thailand bleibt eine feste Größe in Südostasien *Thailand Remains a Constant in Southeast Asia*



Article: Eberhard J. Trepel Asia-Pacific Forum Berlin

Bangkok ist die erste Alternative, wenn es um den Aufbau von Produktions- und Vertriebsnetzen jenseits von Indien und China in der asiatisch-pazifischen Wachstumsregion geht.

Thailand hat nach der Asienkrise 1997 trotz seiner strukturellen Probleme an strategischer Bedeutung in Südostasien gewonnen. Daran ändert auch die aktuelle Regierungskrise der bei der vergangenen Wahl zwar siegreichen aber dennoch gescheiterten Regierung Thaksin nichts.

Am Beispiel wie Thailand mit seiner aktuellen Regierungskrise umgeht, zeigt sich die innenpolitische Stabilität der noch jungen Demokratie, die sich als solche nur mittels fundamentaler Auseinandersetzungen um ihre ethischen Grundlagen entwickeln kann. Die Regierung Thaksin ist an ihren eigenen Prämissen gescheitert. Die Betonung besonderer „nationaler Werte“, vor allem durch die Regierungspartei, wonach in der Tendenz alles thailändische gut und alles ausländische bis auf wenige Ausnahmen eher mit Zurückhaltung zu betrachten war, erwies sich als Bumerang: Der steuerfreie Ausverkauf eines der wichtigsten Wirtschaftsunternehmen durch den Regierungschef selbst, mit dem Ziel, die Erlöse in die zuvor eigens privatisierte Energiewirtschaft zwecks Übernahme fließen zu lassen, ließ das Fass überlaufen.

Es beginnt nun das große Stühlerücken, das im Ergebnis auch zu einer personellen Neuausrichtung von Staat,

Politik und Wirtschaft führen wird. Dass Mitglieder der ehemaligen Regierungsparteien jetzt politische Verantwortung in neuen Gruppierungen oder Oppositionsparteien übernehmen, zeigt wie dünn die Personaldecke in Thailand auf oberster Führungsebene ist. Moralische Integrität, politische Finesse, aber vor allem wirtschaftliches Geschick werden in den nächsten Monaten erforderlich sein, damit das Land als eine Alternative zu den Wachstumsregionen in der Umgebung eine feste Größe bleibt. Obwohl der wirtschaftliche Aufschwung unter der Regierung Thaksin weitgehend auf schwachem Fundament erfolgte und mit einer hohen Verschuldung der privaten Haushalte einherging, ist unverkennbar, dass Thailand ein großer Nutznießer des Rohstoff-, Energie- und Versorgungsbedarfs von China, Indien aber auch Japan ist.

„Kitchen of the world“

Mit der Strategie „Kitchen of the world“, das heißt Freihandelsabkommen mit allen wichtigen Partnern in Südostasien bis nach Australien zu verhandeln, hat sich Thailand als Investitions- und Handelsstandort profiliert und Marktchancen eröffnet – auch für westliche Industrieunternehmen. Durch die Freihandelsabkommen wird es insbe-

sondere der Chemie- und Automobilindustrie leichter fallen, vermehrt Waren nach China und in die südostasiatische Region zu verkaufen. Erste Beispiele zeigen, dass eher der Standort Thailand ausgebaut wird, als dass weitere Kapazitäten beispielsweise in China geschaffen werden. Das gilt vor allem für bestimmte Bereiche des Automobilsektors.

Umweltschutzprobleme, Energieengpässe, schlechte klimatische Verhältnisse oder Gefahren durch überraschende, rechtliche Änderungen sind in Thailand nicht zu befürchten. Mit Geschick hat Thailand die Naturkatastrophe des Tsunami gemeistert und vor allem den Deutschen nachgewiesen, dass das Land und seine Menschen verlässliche Partner bei der Bewältigung von Krisen sind. Der große Zuspruch von immer mehr älteren Menschen, die in Thailand ihren Lebensabend verbringen oder die sowohl preisgünstige als auch hoch qualifizierte medizinische Betreuung nutzen, sprechen für sich.

Im Verhältnis zu Singapur, Hongkong, Kuala Lumpur oder Jakarta ist Bangkok als Hub die erste Alternative, wenn es um den Aufbau von Produktions- und Vertriebsnetzen jenseits von Indien und China in der asiatisch-pazifischen Wachstumsregion geht. Wurde seitens der Amerikaner und der Europäer das

Stichwort der regionalen Kooperation in der Vergangenheit in erster Linie aus politischen Motiven zur Schaffung eines Gegengewichts gegenüber China und Indien diskutiert, haben Thailand und die übrigen Länder der südostasiatischen Staatengemeinschaft das Thema im Sinne der Förderung wirtschaftlicher Prozesse aufgegriffen und seit Jahren immer stärker unter setzt. Die Schaffung einer fast steuerfreien Zollunion in den nächsten Jahren unter Einbeziehung bestehender Freihandelsabkommen mit den Anrainerstaaten des asiatisch-pazifischen Raumes wird zur Entwicklung eines stabilen Wirtschaftsraumes beitragen, der sich trotz der Entwicklungs- und Strukturprobleme in den Megastädten bezüglich der Lebens- und Arbeitsbedingungen im Verhältnis zu China positiv abheben wird. Mit über 500 Millionen Menschen wächst damit schrittweise in Asien neben Japan, China und Indien ein weiterer Wirtschaftsraum, der in erheblichem Maße zur Stabilität der Weltwirtschaft beitragen wird.

Viele Chancen für deutsche Unternehmen

Für europäische und vor allem deutsche Unternehmen ergeben sich herausragende Chancen bei der Entwicklung der Infrastruktur, der Förderung ►



Bangkok is the preferred alternative when the task consists of building up production or sales networks in the Asian-Pacific growth region beyond India and China.

Since the Asia crisis in 1997, Thailand has gained strategic importance in Southeast Asia in spite of its structural problems. Not even the current crisis around the Thaksin government, which won the past elections but still failed to do its job, has been able to change this.

The example of how Thailand is handling its current government crisis is proof of the domestic stability of a still young democracy which can only develop through fundamental discussions about its ethical foundations. The Thaksin government has failed to meet its own standards. The special emphasis on "national values" by the government party in particular, which considered everything Thai to be basically positive and everything coming from outside as something to be treated with reserve, turned out to backfire on the government. The tax-free sellout of one of the most important commercial enterprises by the head of the government, aiming at directing the earnings into the energy sector, which had previously been privatised just for this purpose in order to be taken over, was the last straw on the camel's back. Now a major personnel shake-up is starting which will in turn also lead to a far-reaching readjustment of the state,

policy and the economy. And the fact that members of the former government parties are taking on political responsibility in new alliances or in opposition parties, shows how few people there are at the top level of politics in Thailand. Moral integrity, political fitness, but most importantly economic skills will be necessary in the next few months to consolidate the country's capacity as an alternative to the surrounding growth regions. Although the economic upswing under the Thaksin government on the whole has not had a stable foundation and came along with a high level of private household debt, it is obvious that Thailand is a huge beneficiary of China's, India's and also Japan's appetite for raw materials, energy and supplies.

"Kitchen of the world"

By applying the "kitchen of the world" strategy which means to negotiate free trade agreements with all important partners in Southeast Asia, Thailand has been able to establish itself as an investment and trade location as well as open market opportunities – also for Western industrial enterprises. The free trade agreements will make it easier especially for the chemical and automotive industries to increase sales into China and Southeast Asia. The initial

experiences show that international companies prefer to upgrade locations in Thailand rather than create new capacities, e. g. in China. This is particularly the case in some areas of the automotive sector.

Environmental problems, energy bottlenecks, unfavourable climate or threats due to unforeseeable legal changes are not likely to be a problem in Thailand. Thailand has skillfully mastered the Tsunami disaster and proved to the Germans first and foremost that this country and the people here are reliable partners when it comes to resolving a crisis. The vast popularity among seniors who go to Thailand in increasing numbers to spend their remaining years there or make use of the competitive yet highly qualified medical services, speaks for itself.

In comparison with Singapore, Hong Kong, Kuala Lumpur, or Jakarta, Bangkok is a hub and the preferred alternative when the task consists of building up production or sales networks in the Asian-Pacific growth region beyond India and China. If in the past regional cooperation has been promoted by Americans and Europeans mainly out of political considerations in order to create a counterweight for China and India, Thailand and the other members of the Southeast Asian group of nations

have taken up the topic with the idea of driving economic processes and have gradually increased their support for it. The creation of an almost tax-free customs union in the next few years along with the integration of existing free trade agreements with the states in the Asian-Pacific area will contribute to the development of a stable economic area that will positively distinguish itself from China in respect to living and working conditions, in spite of developmental and structural problems in the megacities. More than 500 million people will gradually form another economic power in Asia, along with Japan, China and India, that will be capable of considerably strengthening the stability of the world economy.

Many opportunities for German companies

European and particularly German companies have excellent chances in the areas of infrastructure development, improvement of environmental safety, waste water disposal and water supply, energy supply, development of modern logistical systems, port expansions, and especially in the services and education areas. From a German point of view, the education is completely underdeveloped and is still not considered part of the value-added chain. ►

Contact

Eberhard J. Trempe
Executive Vice President
Asia-Pacific Forum Berlin
trempe@apforum.com

▼ des Umweltschutzes, der Abwasser- und Wasserversorgung, der Energieversorgung, der Entwicklung moderner Logistiksysteme, beim Hafenausbau, bei der Verkehrswegeplanung und vor allem auch im Dienstleistungs- und Bildungsbereich. Völlig unterentwickelt aus deutscher Sicht ist der Bildungsmarkt, der nach wie vor nicht als Wertschöpfungsbestandteil begriffen wird. Während amerikanische, britische, australische, kanadische, japanische und französische Bildungsträger die Entwicklung von Bildungsangeboten für die Asien-Pazifik-Region als Wirtschaftsfaktor entdeckt und entwickelt haben, sind die Angebote deutscher Universitäten in der Asien-Pazifik-Region in Bezug auf die wissenschaftliche aber auch praktische Ausbildung gänzlich unzureichend. Dabei bestehen hier erhebliche Ressourcen und vor allem auch eine natürliche Bereitschaft, für Bildung Geld auszugeben. Bangkok ist aufgrund des stabilen Umfeldes die erste Adresse bei der Markterschließung für moderne Bildungs- und Ausbildungsansätze.

Kurzfristiger Rückschlag durch Regierungskrise

In Bezug auf die strategischen Ziele, wie der Entwicklung der Infrastruktur, wird die aktuelle Regierungskrise zu einem kurzfristigen Rückschlag führen. Anders als Deutschland kann sich Thailand eine regierungslose Zeit nicht auf Dauer leisten. Die nach wie vor strenge Hierarchie der thailändischen Gesellschaft verhindert dynamische Entwicklungen, wenn die Entscheidungsträger nicht präsent oder soweit legitimiert

sind, dass sie weitreichende Entscheidungen treffen können. Die kurzfristig spürbaren negativen Entwicklungen in den nächsten 24 Monaten dürfen nicht darüber hinweg täuschen, dass die Perspektiven Thailands im Zentrum der Wachstumsregionen Südostasien und China überwiegend positiv sind und sich gerade jetzt besonders gute Chancen für den Markteinstieg in Südostasien insgesamt ergeben. Es ist daher bedauerlich kurzfristig, wenn bei einem „natürlichen Personalwechsel“ in deutschen Unternehmen und Institutionen nicht die Positionierungen erfolgen, die für die Sicherung der strategischen Interessen der deutschen Wirtschaft wichtig wären. Es scheint, dass derzeit nicht die besten ausgewählt werden und dadurch Spielraum für Wettbewerber der deutschen Wirtschaft abgegeben wird.

Die Herausnahme Thailands aus der entwicklungspolitischen Zusammenarbeit ist bedauerlich und wird hoffentlich nicht dazu beitragen, dass noch weitere Positionen aufgegeben werden, die für die politische, wirtschaftliche aber auch strategische Zusammenarbeit mit Thailand von Interesse sind. Da auch in Thailand mit der neuen Regierung personelle und strukturelle Umstrukturierungen erfolgen, erfordert die nächste Zeit erhöhte Aufmerksamkeit und Engagement. Das Asien-Pazifik-Forum wird dem Rechnung tragen und Thailand im Rahmen der Planung der Asien-Pazifik-Wochen 2007 besondere Aufmerksamkeit widmen. Bereits im Herbst wird eine weitere Business Mission to Bangkok hierfür die Grundlagen legen. ☉

▼ While American, British, Australian, Canadian, Japanese, and French education providers have explored and developed educational offerings for the Asia-Pacific region and regard them as an economic factor, the offerings of German universities in the region are totally insufficient in respect to scientific and also practical education. At the same time, there are considerable resources and above all a natural readiness for spending money for educational purposes. Due to the stable environment, Bangkok is the top spot for opening up a market for modern educational and training approaches.

Short-term setback due to government crisis

In respect to strategic goals like the development of the infrastructure, the current government crisis will cause a short-term setback. Unlike Germany, Thailand can not survive without a government for very long. The still very hierarchical society in Thailand will prevent dynamic progress, once the decision makers are absent or not sufficiently authorised to make long-reaching decisions. Negative developments that may be one of the short-term effects in the next 24 months must not mislead anyone to deny the predominantly positive prospects for Thailand, being located in the centre of the growth regions Southeast Asia and China. Right now, the opportunities for entering the Southeast Asian market are altogether particularly good. Therefore it seems regrettably short-sighted that following the "natural rotations of personnel" German companies and in-

stitutions do not make positioning decisions suitable to secure the strategic interests of the German economy. Obviously, at the moment there is a lack of good decisions in this sense which enables others to use the chances which the German economy gives away.

The exclusion of Thailand from the developmental resources is unfortunate and will hopefully not lead to the loss of other positions which are essential for the political, economic and also strategic cooperation with Thailand. With personnel and structural changes caused by the change of government, Thailand will need an increased level of attention and engagement in the future.

The Asia-Pacific Forum will give special preference to Thailand during its Asia-Pacific Weeks 2007. Already in the autumn of this year a business mission to Bangkok will lay the foundations for the event. ☉

Impressum Imprint Asia in Berlin

Herausgeber *Publisher*
Asia-Pacific Forum Berlin
c/o Berlin Partner
Fasanenstraße 85
10623 Berlin
Sven.Harper@Berlin-Partner.de
www.apforum.com

Redaktion *Editorial Staff*
(V.i.S.d.P.)
local global GmbH
Marienstraße 5
70178 Stuttgart
brunner@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.

Delegationsreisen im Chinageschäft Delegation trips in doing business with Chinese

Hintergrundinformationen sind entscheidend Background Information Makes the Difference

Article: Mingming Zhao

M.M.Z. China-Transfer GmbH, Sindelfingen

Der rege wirtschaftliche Austausch zwischen Deutschland und China bringt es mit sich, dass sich immer mehr Delegationen im Partnerland besuchen. Um Überraschungen zu vermeiden, sind einige Vorbereitungen zu treffen. Manchmal reicht dazu schon eine chinesische Mahlzeit.

Eine chinesische Delegation besteht in der Regel aus einem Delegationsleiter, einem Stellvertreter und den übrigen Teilnehmern. Der Delegationsleiter ist normalerweise die ranghöchste Person. Für organisatorische Details sollte daher zunächst der Stellvertreter angesprochen werden. Informationen darüber, welcher der chinesischen Teilnehmer schon einmal in Deutschland war, sind bei der Vorbereitung hilfreich. Darüber hinaus ist es wichtig, die Absichten der chinesischen Gruppe zu erfahren, um eine entsprechende Strategie festzulegen.

Es sollte ein maßgeschneidertes Reiseprogramm ausgearbeitet werden. Chinesen legen großen Wert auf die Einhaltung der Rangordnung. Bei offiziellen Empfängen ist es ratsam, dass die deutsche Seite die ranghöchste Person begrüßt. Der deutsche Gastgeber sollte dem chinesischen Hauptgast seine Visitenkarte in chinesischer Übersetzung überreichen. Geschenke sollten vorbereitet sein. Da viele chinesische Geschäftsleute in leitender Position mittlerweile Reiseerfahrung weltweit haben, sollten während des Aufenthaltes in Deutschland einige fachliche, technische, touristische oder kulinarische Höhepunkte in das Programm eingebaut werden.

Das Fachprogramm sollte in Abstimmung mit der chinesischen Seite organisiert werden. Präsentationen und Besichtigungen sollten nicht zu lange dauern. Hilfreich ist es, zwischen den Programmen kleine Zigarettenpausen einzuplanen, da ein großer Anteil der männlichen Bevölkerung in China raucht. Wichtige Fachinformationen sollten in chinesischer Sprache vorbereitet werden.

Chinesen sind amerikanische Hotelstandards gewohnt. Fernseher und Pay-TV sind den chinesischen Gästen sehr wichtig. Wenn es neben der landestypischen Küche auch chinesisches Essen gibt, freuen sich die Chinesen besonders. Obwohl die Küche mancher deutscher Chinarestaurants nicht mit dem Originalessen in China vergleichbar ist, ziehen die Chinesen trotzdem ihre einheimische Küche vor. Der chinesische Delegationsleiter bekommt eine Sonderbetreuung. Er sollte bei der Auswahl von Auto und Hotelzimmer im Vergleich zur Gruppe bevorzugt werden.

Änderungen im Programmablauf sind nicht ungewöhnlich

Während des Programmablaufs muss immer mit kurzfristigen Änderungswünschen der chinesischen Besucher gerechnet werden. Es ist dringend ratsam, sich von vornherein darauf einzustellen. Zudem ist es nicht ungewöhnlich, dass Chinesen das Programm kurzfristig ändern oder es ganz absagen. ►

One of the effects of the lively economic exchange between Germany and China is the rising number of delegations visiting the partner country. In order to avoid surprises, some preparations should be made. Sometimes, all it takes is a Chinese meal.

A Chinese delegation usually consists of the head of a delegation, the deputy and the remaining participants. The delegation head is normally the highest ranking person. Organisational details should therefore be discussed with the deputy first. Information on which of the Chinese participants has been to Germany before, are helpful for preparing the visit. Additionally, it is important to find out the exact intentions of the Chinese group, so that an appropriate strategy can be prepared. The travel programme should be customised to fit these intentions. Chinese people put great emphasis on adherence to the hierarchy. For official receptions it is imperative for the German side to welcome the highest-ranking person. The German host ought to have a business card in Chinese language ready for presentation to the chief Chinese guest. Gifts should be prepared. Since many Chinese business people in leading positions have global travel experience meanwhile, some professional, technical, tourist or culinary highlights should be part of the programme during their stay in Germany.

The professional part of the programme should be organised in coordination with the Chinese side. Presentations and visits should not take too

long. It is helpful to allow for cigarette breaks between the programmes, as a large share of the male Chinese population are smokers. Important technical information should be prepared in the Chinese language.

Chinese travellers are used to American hotel standards. A TV set and Pay-TV are very important to Chinese guests. They will be particularly pleased if the typical food of the host country is complemented by Chinese food. Although the food of some of the Chinese restaurants in Germany is not comparable with the food prepared in China, they will still prefer it to the local dishes. The Chinese delegation head will have to be treated in a special way. He should be distinguished from the rest of the group with respect to cars and hotel rooms.

Changes to the programme schedule is nothing unusual

During the programme it can often be the case that Chinese guests request the schedule to be changed on short notice. It is advisable to keep that in mind from the beginning. It is also not unusual for Chinese guests to change the programme on short notice or to cancel it altogether. Your reaction should be relaxed and flexible. In order not to be completely caught on the wrong foot, an alternate programme should be planned beforehand. It is important to get the mobile phone number of the deputy delegation head in the preparation phase. ►

Bei Uneinigkeiten sollte eine direkte Konfrontation mit Geschäftspartnern und Behörden vermieden werden.



Es ist wichtig, die Absichten der chinesischen Gruppe zu erfahren, um eine entsprechende Strategie vorbereiten zu können.
It is important to find out the exact intentions of the Chinese group, so that an appropriate strategy can be prepared.

▼ Dann sind Gelassenheit und Flexibilität angesagt. Um nicht vollkommen überrascht zu werden, sollte ein Ersatzprogramm in der Planung berücksichtigt werden. Es ist wichtig, sich in der Vorbereitungsphase die Handynummer des Stellvertreters des Delegationsleiters zu besorgen.

Bei konkreten Projekten ist es notwendig, dass der Chef der deutschen Seite vor allen weiteren Aktivitäten ein Vieraugengespräch mit dem chinesischen Chef führt. Hier können die eigenen Absichten erläutert und die Meinung der chinesischen Seite eingeholt werden. Ziel ist es, die Vorstellungen und Wünsche der chinesischen Seite zu erfahren und sich Unterstützung zu sichern. Die wahre Absicht beider Seiten kann meistens in einer kleinen Runde wesentlich besser ausgelotet werden. Sind während des chinesischen Besuchs konkrete Vereinbarungen getroffen worden, sollte kurz danach ein Gegenbesuch der deutschen Seite folgen, um das eigene Interesse an dem Projekt zu bestätigen. Das Sprichwort, „man soll das Eisen schmieden, solange es heiß ist“, trifft auf das Chinage-schäft besonders zu.

Um für die deutsche Seite eine Reise ins Reich der Mitte erfolgreich vorzubereiten, sollten folgende Hintergrundinformationen über China berücksichtigt werden.

China wird immer noch von einer kleinen, elitären Führungsgruppe regiert. Entscheidungen in der Volksrepublik werden von Machträgern und nicht von untergeordneten Funktionsträgern getroffen. Es ist deswegen sehr wichtig, diese Machträger zu identifizieren und in einem Vieraugengespräch zu überzeugen. Bevor offizielle Aktivitäten begonnen werden, sollte ein Vorabgespräch mit der chinesischen Seite gesucht und geführt werden. Die Funktionsträger können dann intern Entscheidungen durchsetzen. Chinesische Gesetze geben die Absicht der Regierung bekannt. Aber es gilt: Kein Gesetz ohne Ausnahmen. Machträger können mit der Zentralregierung Ausnahmen vom Gesetz vereinbaren.

Besuche von oben nach unten auf der Hierarchieleiter

Als erstes muss ein politischer Funktionsträger gefunden werden, der das Projekt unterstützen kann. Mit Hilfe

dieses Verbündeten kann den Behörden das Projekt vorgestellt werden. Erst danach sollte der potenzielle chinesische Geschäftspartner besucht werden. Da es für europäische Besucher schwer zu erkennen ist, wer in einer chinesischen Organisation das Sagen hat, ist man auf die Hilfe des Funktionsträgers, mit dem bereits länger Kontakt besteht, angewiesen. So können die für das Projekt wichtigen Personen identifiziert werden. Zuerst werden die Personen der höchsten Hierarchiestufe besucht, danach die jeweils niedrigere Stufe. Es ist von Vorteil, wenn der chinesische Vorgesetzte seine Mitarbeiter über den Besuch aus Deutschland informiert. Für wichtige Gesprächspartner sollten praktische Geschenke vorbereitet werden.

Anhand der gewährten Besuchsdauer kann festgestellt werden, welche Aufmerksamkeit dem Besuch geschenkt wird. Eine Einladung zum Essen nach einem Gespräch ist ein gutes Zeichen. Positiv ist es auch, wenn man die Handynummern vom chinesischen Chef oder seinem Sekretär erhält. Folgende Verhaltensregeln sollten in China beachtet werden:

- Ziele sollten zehn bis 20 Prozent höher angesetzt werden, dann kann bei der Verhandlung etwas nachgegeben werden
- Bei Uneinigkeiten sollte eine direkte Konfrontation mit Geschäftspartnern und Behörden vermieden werden. Viel wirkungsvoller kann das eigene Ziel durch einen einflussreichen Verbündeten erreicht werden.
- Bei Entscheidungen sollte man sich Zeit lassen und immer an eine Ausweichmöglichkeit denken.
- Zu wichtigen Verhandlungen sollte ein eigener, vertrauenswürdiger Dolmetscher mitgenommen werden. Ein zuverlässiger Dolmetscher ist wegen den unterschiedlichen Mentalitäten eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg im Chinageschäft. ☉



When disagreeing, direct confrontation with business partners and authorities should be avoided.

▼
For specific projects it is essential that the head of the German side has a face-to-face meeting with the Chinese group leader before any further activities. This is a good opportunity to explain one's own intentions and hear the opinion of the Chinese side. The goal should be to find out about perceptions and requests of the Chinese side and secure their support. Very often, the true intentions of both sides can be elaborated much better within a small circle or face to face.

In case the Chinese visit has led to some specific agreements, there should be a German reciprocal visit shortly afterwards to confirm the own interest in the project. The saying that the hay should be made while the sun shines is especially true when dealing with Chinese partners.

The following background information should be taken into account in order to successfully prepare for a visit to the Middle Empire.

China is still being ruled by a small, elitist leadership group. In the People's Republic, decisions are being made by the people in charge and not by subordinates. Therefore, it is essential to identify the people in charge and convince

them in a face-to-face talk. In advance of launching official activities, the aim should be to plan and carry out an initial exchange with the Chinese side. After that the functionaries can internally enforce decision-making. Chinese laws state the intentions of the government. But the rule is: No law is without exceptions. The people in charge can negotiate exceptions from the law with the Central Government.

Visits start on top of the hierarchy ladder

At first, a political functionary must be identified who can support the project. With the help of this ally the project can be presented to the authorities. Only then should a visit be made to a potential Chinese business partner. As it is hard to find out who in a Chinese organisation calls the shots, there is a need to rely on the help of the functionary to whom a long-term contact should have been established. This way, the important people supporting the project are identified. Initially the top-ranked people get a visit, followed by the hierarchies below. It is beneficial if the Chinese boss informs his employees about the visit from Germany.

Practical gifts should be prepared for important contacts.

The length of the visit will give a hint at how much attention is being paid to a visitor. An invitation for dinner after a meeting is a good sign. It is also positive if mobile phone numbers of the Chinese boss or his secretary are handed out. The following rules of conduct should be observed in China:

- Goals should be set about ten to twenty per cent higher than is realistic; this allows for a certain room to manoeuvre in the negotiations.
- When disagreeing, direct confrontation with business partners and authorities should be avoided. It is much more effective to reach one's goals with the help of an influential ally.
- Time should be secondary when making a decision, and there should always be an alternative option.
- For important negotiations one's own, trustworthy interpreter should be used. A reliable interpreter is a vital prerequisite for success in the China business because the mentalities differ substantially. ☉

Anzeige

HOFFMANN · EITLE
MÜNCHEN · LONDON

PATENT ATTORNEYS AND ATTORNEYS AT LAW
PATENTANWÄLTE UND RICHTSANWÄLTE

EXCELLENCE AND EXPERIENCE IN INDUSTRIAL PROPERTY LAW

THE FIRM
 Hoffmann · Eitle is one of the oldest and largest European intellectual property firms, with offices both in Munich and London. With more than 55 patent attorneys, nine specialized attorneys at law and 190 paralegal staff, the firm covers all legal aspects and technological areas of intellectual property law, ranging from patent, utility model, design patent and trademark matters to areas of copyright law, unfair competition, and domestic and European antitrust law as well as licensing.

SPECIALITIES
 We represent our clients not only before the European Patent Office and the national German and U.K. Patent Offices but also before the national patent and civil courts and in both instances in the European Court of Justice, and have earned our reputation by maintaining high technical, legal and English language standards, as evidenced in the successful international and pan-European prosecution of many intellectual property rights and corresponding litigation proceedings for a variety of major global players in the past decades.

MÜNCHEN
 Alzeibestraße 4, D-81925 München
 Phone: +49 (0)89 - 92 409-0
 Fax: +49 (0)89 - 91 83 56

LONDON
 Sandring House
 Sandring Street, 52 Lincoln's Inn Fields
 London WC2A 3LZ
 Phone: +44 (0)207 - 404 0136
 gm@hoffmann-eitle.com
 www.hoffmann-eitle.com

Hohes Potenzial für Kfz-Teile und industrielle Zulieferungen High potential for automotive components and subcontracting

Indien präsentiert Hightech India Presents High Tech

local global

Mit 343 Ausstellern – dreimal mehr als im vergangenen Jahr – gab Indien, diesjähriges Partnerland der Hannover Messe, vom 24. bis 28. April einen umfassenden Überblick über sein technisches Know-how. In einer Reihe von Spitzentreffen der Wirtschaft, Konferenzen und Seminaren wurden die für die Zusammenarbeit zwischen Indien und Deutschland geeigneten Schwerpunkte herausgearbeitet.



„Deutschland ist der sechstgrößte ausländische Investor in Indien und die meisten großen deutschen Firmen machen gute Geschäfte.“

“Germany is the sixth largest foreign investor in India and most major German companies are doing well.”

Dr. Manmohan Singh
Prime Minister of India

Während des Indisch-Deutschen Wirtschaftsgipfels am 24. April sprach Manmohan Singh, Indiens Premierminister, davon, dass Deutschland der sechstgrößte ausländische Investor in Indien sei und die meisten großen deutschen Unternehmen gu-

te Geschäfte machten. Er zeigte sich sehr optimistisch im Hinblick auf die Ausweitung der Geschäftsaktivitäten deutscher Unternehmen in Indien sowie die Entwicklung Indiens hin zu einem Produktionszentrum.

Rakesh Shah, Vorsitzender des Engineering Export Promotion Council (EEPC), sprach über die Verbindungen zwischen Indien und Deutschland und meinte, dass sich sowohl die deutschen Investitionen von April bis September 2005 im Vergleich zum Vorjahr als auch das Handelsvolumen zwischen Indien und Deutschland in den vergangenen 15 Jahren verdoppelt hätten.

Ein Seminar über „Geschäftliche Aktivitäten in Indien“ wurde am 25. April von der Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI), KPMG und der Deutsch-Indischen Handelskammer (IGCC) veranstaltet. Das Hauptthema war die Vorstellung Indiens als Investitionsziel mit dem Schwerpunkt auf den rechtlichen und steuerlichen Aspekten sowie einer Markteintrittsstrategie für kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs).

Das Wirtschaftsseminar über die „Kfz-Zulieferindustrie in Indien“ wurde am 25. April von der EEPC in Zusammenarbeit mit der Automotive Component Manufacturers Association of India (ACMA) und der deutschen Association Materials Management, Purchasing and Logistics (AMMPL) organisiert. „Indien ist mittlerweile zu einem der weltweit wichtigsten Wirtschaftsstandorte avanciert und wird einer der weltgrößten Märkte werden. Es gibt einen deutlichen Anstieg der Kaufkraft, von dem ganz offensicht-

With 343 exhibitors – three times as many as last year – India, the partner country at this year's Hannover Messe, offered from 24 to 28 April a comprehensive showcase of its technical expertise. A series of business summits, conferences and seminars were organized highlighting on specific topics where India and Germany can join hands together for reaping the benefits in future.

In the Indo-German Business Summit held on 24 April Manmohan Singh, the Prime Minister of India, mentioned that Germany is the sixth largest foreign investor in India and most major German companies are doing well. He was very optimistic about German companies in India to expand their operation and make India the manufacturing hub in future.

Rakesh Shah, Chairman of the Engineering Export Promotion Council (EEPC), spoke about the Indo-German ties and mentioned that German investments have doubled during the period April to September 2005 as compared to the last year and that also the Indo-German trade has doubled in the last 15 years.

A seminar on “Doing Business in India” was organized on April 25 by the Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI), KPMG and the Indo-German Chamber of Commerce (IGCC). The main topic was to project India as a investment destination with elaboration on legal and taxation aspects and entry strategic for small and medium-sized enterprises (SMEs).

A business seminar on the “Auto Com-



„Die deutschen Investitionen haben sich von April bis September 2005 im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt.“

“German investments have doubled during the period April to September 2005 as compared to the last year.”

Rakesh Shah
Chairman EEPC, India

ponent Sector in India” was organized on April 25 by the EEPC in association with the Automotive Component Manufacturers Association of India (ACMA) and the German Association Materials Management, Purchasing and Logistics (AMMPL). “India, by now is one of the most important business destinations in the world and will be one of the largest markets worldwide. There is a real increase in purchasing power benefiting clearly also goods beyond basic needs. The Indian automotive and automotive component industry is definitely a beneficiary of this development, growing even faster than the overall Indian economy”, said Johannes Wamser, managing director of the German India Consult, author of “Wirtschaftspartner



Der indische Premierminister Manmohan Singh und Bundeskanzlerin Angela Merkel besuchten den Gemeinschaftsstand Indiens in Halle 6.
India's Prime Minister Manmohan Singh and German Chancellor Angela Merkel visited India's national pavilion in Hall 6.

lich auch Güter profitieren, die mehr als nur die Grundbedürfnisse befriedigen. Die indische Kfz- und Kfz-Zulieferindustrie wird durch diese Entwicklung eindeutig begünstigt und wächst sogar schneller als die indische Volkswirtschaft insgesamt“, erklärt Johannes Wamser, Geschäftsführer der deutschen Firma India Consult, Autor des Buches „Wirtschaftspartner Indien“ und Moderator des Seminars.

„Die führenden Global Player sind bereits in Indien aktiv und kaufen Zulieferprodukte von örtlichen Herstellern“, sagte S. N. Menon, Staatssekretär für Wirtschaft in der Regierung von Indien, in seiner Hauptrede. Er vertrat die Meinung, dass die indische Kfz-Zulieferindustrie, bestärkt durch außerordentliche Forschungs- und Entwicklungskapazitäten, bereits ein hohes weltweites Interesse ausgelöst habe. Holger Hildebrandt, BME-Hauptgeschäftsführer, bemerkte, dass die dynamische Entwicklung der indischen Kfz-Zulieferindustrie gute Zukunftsaussichten habe und enorme Möglichkeiten für die Expansion ihrer Exporttätigkeit nach Deutschland eröffne. „Deutschland ist ein großer Markt, den wir für uns erobern möchten. Die Deutschen schätzen gute Qualität zu erschwinglichen Preisen. Dies kann nur durch hochqualifizierte Mitarbeiter

in einem Niedriglohnland erreicht werden. „Vielleicht sind unsere Preise etwas höher als die chinesischen, aber wir können mit Sicherheit die hohen europäischen Standards erfüllen“, sagt Rajeev Tandon, Gesellschafter und Vizepräsident der Hero Group in Delhi, die Komponenten



„Die führenden Global Player der Automobilindustrie sind bereits in Indien aktiv und kaufen Zulieferprodukte von örtlichen Herstellern.“

“The leading global players of the automotive industry have already set up operations in India and buy outsourcing components from local vendors.”

S.N. Menon
Commerce Secretary,
Government of India

Indien“ and moderator of the seminar.

“The leading global players have already set up operations in India and buy outsourcing components from local vendors”, said S. N. Menon, Commerce Secretary, Government of India, in his key note address. He also opined that the Indian auto component industry, driven by strong research and development capabilities, has already helped increase worldwide interest in car component suppliers. Holger Hildebrandt, Chief Executive Officer of the AMMPL, remarked that dynamic development of the Indian automotive component industry provides good prospects and has enormous opportunity to expand their exports kitty in Germany. “Germany is a big market, which we aim to capture. The Germans value good quality at reasonable prices. This can only be accomplished by highly skilled staff working in a low-wage economy.

Our prices may be slightly higher than in China, but we can certainly be relied on to meet high European standards”, said Rajeev Tandon, Associate Vice President from the Hero Group, Delhi, which produces two-wheeler components. A. K. Taneja, President of the ACMA, gave a brief introduction on the Indian auto component industry. “India’s burgeoning car parts industry has shown explosive growth and exports

are expected to reach 25 billion USD at the end of the decade”, said Rakesh Shah in his concluding remarks.

The outlook for India’s automotive sector is very encouraging. In view of current economic growth trends, all segments of the auto industry are likely to see continued growth. Large infrastructure development projects undertaken in India combined with favourable government policies and rising income levels of both rural and urban population would also fuel the domestic automotive growth in future.

India is also likely to emerge as a leading outsourcing hub in the future given its low cost base, strong re-engineering skills and continuous innovation capability, together with high focus towards conforming to the stringent quality measures. At the same time some of the leading Indian auto component manufacturers are gearing up to cater to the huge demand by scaling up their operations through capacity expansions and global acquisitions.

In view of the above, India is well poised to have a rapid growth in the auto component sector in order to cater to the burgeoning domestic demand and the growing global outsourcing market. A joint study by ACMA and McKinsey uncovers the potential of the Indian auto component industry and indicates a huge growth opportunity on the



für die Zweiradindustrie herstellt. Indiens aufkeimende Kfz-Teileindustrie ist explosionsartig gewachsen und das Exportvolumen soll bis zum Ende des Jahrzehnts die Marke von 25 Mrd USD erreichen“, sagte Rakesh Shah in seinem Schlusswort.

Die Prognosen für den Automobilsektor in Indien sind sehr ermutigend. Unter Berücksichtigung der gegenwärtigen wirtschaftlichen Wachstumstendenzen wird voraussichtlich die gesamte Kfz-Branche weiterhin wachsen. Die derzeit durchgeführten Projekte zur Entwicklung der Infrastruktur in Indien sowie die günstige Regierungspolitik und das steigende Einkommen sowohl der Land- als auch der Stadtbevölkerung werden die einheimische Kfz-Industrie auch in Zukunft antreiben.

Indien wird wohl zukünftig auch als führendes Outsourcing-Land in Erscheinung treten, legt man die niedrige Kostenbasis, die umfassenden Fähigkeiten im Reengineering, die Innovationskraft sowie die große Bedeutung der Einhaltung strenger Qualitätsnormen zugrunde. Gleichzeitig bereiten sich einige der führenden indischen Kfz-Zulieferbetriebe schon auf die große Nachfrage vor, indem sie ihre Operationen durch Kapazitätsausweitungen und globale Zukäufe vergrößern.

Bei Betrachtung aller obigen Aspekte erscheint Indien auf schnelles Wachstum im Kfz-Zuliefersektor eingestellt zu sein, um die erwachende nationale Nachfrage und den wachsenden internationalen Outsourcing-Markt bedienen zu können.

Eine von der ACMA und McKinsey gemeinsam erstellte Studie brachte das Potenzial der indischen Kfz-Zulieferindustrie ans Licht und deutet große Wachstumschancen bei der globalen Beschaffung an. Angetrieben vom Wettbewerbsvorteil umfassender technologischer Fähigkeiten könne die indische Kfz-Zulieferindustrie auf einen zehn- bis zwölfprozentigen Anteil an dem in Frage kommenden, fertigungsintensiven Teilemarkt (bearbeitete Zahnräder und bearbeitete Aus-



Mit 343 Ausstellern präsentierte Indien auf etwa 13.000 Quadratmetern einen kompletten Überblick über sein technisches Know-how.
With 343 exhibitors India occupied about 13,000 square metres of display space, offering a comprehensive showcase of its technical expertise.

puffkrümmer) sowie einen fünf- bis siebenprozentigen Anteil bei potenziell arbeitsintensiven Teilen, wo sie gegen andere Niedrigpreisländer antritt, hoffen. Dementsprechend habe Indien gute Chancen, bis 2015 einen Anteil von drei bis vier Prozent des sich auf 700 Mrd USD belaufenden Marktes zu erobern, das entspreche etwa 20 bis 25 Mrd USD – eine Wachstumsrate von 30 Prozent jährlich über die nächsten zehn Jahre, wenn man von etwa 1,4 Mrd USD im Jahr 2005 ausgehe.

Indische Kfz-Zulieferfirmen haben bei fertigungsintensiven Teilen, wie zum Beispiel bei bearbeiteten Zahnrädern und Auspuffkrümmern, für deren Herstellung in der Regel umfangreiches Know-how und Spezialmaschinen benötigt werden, einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Niedrigpreisländern. Solche Teile stellen vermutlich mehr als 26 Prozent des Gesamtmarktes, und Indien wird zugetraut, zehn bis zwölf Prozent dieses Segments zu erobern, wenn es seine spezifischen Stärken ausspielen kann.

Indiens Kfz-Zulieferfirmen sind in der Lage, bei der Herstellung von einfachen aber arbeitsintensiven Teilen wie Kabelbäumen und Sitzbezügen, aber auch bei Teilen, die vorwiegend aus Stahl, Eisenguss oder Gummi bestehen, wie zum Beispiel Batterieträgern und gegossenen Abschlepphaken, mit anderen Niedrigpreisländern zu konkurrieren zu können. Branchenschätzungen gehen davon aus, dass indische Firmen in der Lage seien, fünf bis



global sourcing front. Driven by the competitive advantage of strong technology capabilities, Indian auto component companies could gain a ten to twelve per cent share of the addressable skill-intensive parts market (machined gears and machined exhaust manifolds) and five to seven per cent share of the potential labour-intensive parts market where it competes equally with other low-cost countries. Thus, India is likely to attain a three to four per cent share of the 700 billion USD potential market by 2015, translating into a 20 to 25 billion USD opportunity by 2015 – a 30 per cent

compound annual growth rate over the next ten years from about 1.4 billion USD in 2005.

Indian auto component companies are likely to have an advantage over other low cost countries in skill-intensive parts such as machined gears and machined exhaust manifolds which typically require high-process engineering or tooling. These parts are likely to constitute about 26 per cent of the overall market and driven by its intrinsic strengths, India is expected to capture ten to twelve per cent share of this segment.

Indian auto component companies have the ability to compete equally with other low-cost countries in simple labour-intensive parts such as wiring harness and seat covers, and steel/cast iron/rubber intensive parts such as battery trays and cast tow hooks. According to industry estimates, Indian companies would be able to garner five to seven per cent of this segment, which constitutes 24 per cent of the target market.

A business seminar on “Industrial Sub-Contracting in India” was organized on April 27. M. C. Shah, former Chairman of the EEP, in his key note address, broadly outlined the areas where subcontracting between the German and Indian counterparts are possible. Ashwani Kumar, the Indian Minister of State for Industry, emphasized the role of the tertiary sector. Infrastructure was one of the key theme topics in the seminar and it offered



„Auch im Dienstleistungssektor sind deutsche Investitionen gefragt.“

“In the tertiary sector German investments are also required.”

Ashwani Kumar
Indian State Minister of Industry



Eine Reihe von Spitzentreffen der Wirtschaft, Konferenzen und Seminare fanden auf der Hannover Messe statt.
A series of business summits, conferences and seminars were organized during the exhibition period.

sieben Prozent dieses Segments abzuschöpfen, was wiederum 24 Prozent des Zielmarkts ausmacht.

Ein Wirtschaftsseminar zum Thema „Industrielle Lohnveredelung in Indien“ fand am 27. April statt. M. C. Shah, der frühere Vorsitzende des EEPC, skizzierte in seiner Grundsatzrede umfassend die Gebiete, auf denen die deutschen und indischen Partner durch Unterlieferanten ergänzt werden könnten. Ashwani Kumar, indischer Staatsminister für Industrie, hob die Rolle des Dienstleistungssektors hervor. Die Infrastruktur war eines der Schlüsselthemen des Seminars, da es hier enorme Möglichkeiten für deutsche Investitionen in Indien gibt.

Der weltweite Markt für die Auslagerung administrativer Dienstleistungen wird von Indien angeführt. Auch im produzierenden Gewerbe ist Indien mit Riesenschritten dabei, zu einem weltweit bedeutenden Zulieferzentrum zu werden. Der Maschinenbau stellt das größte Segment der Industrieproduktion Indiens dar. In der Vergangenheit war großer Wert auf den Aufbau einer Produktionsbasis in den Kernbereichen gelegt worden, wobei Eigenständigkeit und eigene Technologien zur Entwicklung einer sehr vielfältigen Produktion von Werkzeugmaschinen im Land geführt haben. Dies hat die Entwicklung weiterer, verwandter Bereiche wie die Herstellung gegossener oder geschmiedeter Produkte, die Blecherzeugung, Feinmechanik, Metallherzeugung und andere im Land er-

möglicht. Durch die Deregulierung der indischen Wirtschaft und der verstärkten Integration mit den Weltmärkten hat Indiens produzierendes Gewerbe in jüngster Vergangenheit sehr schnell seine Produktionsmöglichkeiten ausgedehnt (Verfahrenstechnologie, qualifiziertes Personal, Produktdesign und Änderung der Produktqualität), um weltweit wettbewerbsfähig zu bleiben. Dadurch wurde Indien in die Lage versetzt, sich als großes, potenziell globales Outsourcing-Zentrum darzustellen. „Die Zulieferindustrie in Indien ist zweifellos gerade im Trend“, sagte Johannes Wamser, Moderator des Seminars. „Indien ist heute mehr als ein Markt für lokale und globale Produkte. Es ist darüber hinaus einer der wichtigsten Orte für Einkauf und Beschaffung. Nahezu jedes große, weltweit tätige Unternehmen hat Kapazitäten nach Indien verlagert“, erklärt Wamser.

Indien, mit seinen Wettbewerbsvorteilen bei der Verfügbarkeit großer Mengen qualifizierter Arbeiter, umfassenden Kompetenzen bei Konstruktion und Design unterstützt durch moderne Informationstechnologie, bewährter Rohstoff- und Hilfsmittelversorgung, fortschrittlichen und den weltweiten Normen entsprechenden Produktionsmethoden, starker Präsenz verwandter und unterstützender Branchen sowie der wachsenden einheimischen Nachfrage, besitzt das Potenzial, zu einem der wichtigsten Zulieferzentren im Maschinenbau zu werden. ☉

tremendous scope for German investment in India.

India leads the global market in offshored back office services. In the manufacturing sector also, it is fast emerging as a major global subcontracting hub in the world. The engineering sector constitutes the largest segment of the Indian industrial production. In the past, greater emphasis on building core sector industrial base with focus on self-reliance and indigenous technology has resulted in development of a highly diversified industrial/capital machinery manufacturing base in the country. This has also facilitated the development of other related industries in the foundry, forging, sheet metal, precision machining, metal fabrication, and other areas in the country. With deregulation of the Indian economy and increasing integration with global markets, in the recent past, the Indian engineering industry has been very fast in upgrading its manufacturing capabilities (process technology, human resource skills, product design and reengineering product quality) to remain globally competitive. This has enabled India to emerge as a major potential global outsourcing hub in the world. „Subcontracting in India is undoubtedly a today's hype“, said Johannes Wamser, the moderator of the seminar. „India today is more than only a market for local and global products. Additionally, it is one of the most important destinations for sourcing and procurement. Almost every big global



„Die Zulieferindustrie in Indien ist zweifellos gerade im Trend.“
„Subcontracting in India is undoubtedly a today's hype.“

Johannes Wamser
Moderator of the seminar
„Industrial Sub-Contracting in India“

company is outsourcing to India“, explained Wamser.

India with its competitive advantages in availability of large pool of low-cost skilled manpower, strong engineering and design human resource competency duly supported with IT capabilities, established raw material and supply base, advanced manufacturing methods conforming to global quality norms, strong presence of related and supporting industries and growing domestic volumes has the potential to emerge as a major subcontracting hub in the engineering sector. ☉

Kosten senken im Lieferantenworkshop

Saving Costs in the Supplier Workshop

Durch die Globalisierung und die Ausrichtung auf die Beschaffung vollständiger Systeme beeinflusst der Einkauf heute bis zu 80 Prozent der Unternehmenskosten. Die Lieferanten müssen einen, wenn nicht sogar den entscheidenden Beitrag zum eigenen Unternehmenserfolg beitragen – Eine große Verantwortung, die einer exzellenten Kontrolle bedarf.

Bei diesen Wertverhältnissen kann sich der Einkauf nicht allein auf gutes Vertrauen stützen. Da die A-Klasse-Produkte den größten Anteil des Einkaufsvolumens ausmachen, muss der Einkauf das vollständige Know-how über diese Warengruppen besitzen – nicht nur um die Preisgestaltung dieser Produkte zu kontrollieren, sondern sie auch mitzugestalten. Wenn die Preise der Lieferanten unter dem Marktniveau liegen, kann die eigene Wettbewerbsfähigkeit viel leichter gesteigert werden.

Um dieses Ziel zu erreichen, hat die Kölner Unternehmensberatung costdata eine Methode zur Kostensenkung von A-Klasse-Produkten entwickelt. Der Erfolg dieser Methode basiert hauptsächlich darauf, dass der Kunde und Lieferant daran gemeinsam partizipieren.

Lieferantenworkshop integriert Wert- und Kostenanalyse

Der Lieferantenworkshop integriert zwei Ansätze mit dem Ziel, die Kosten des Produktes auf Basis der tatsächlichen Herstell- und Bereitstellungsprozesse zu senken. Der erste Ansatz ist die Wertanalyse, die Ideen zur Produkt- und Prozessoptimierung entwickelt. Der zweite Ansatz ist die Kostenanalyse, in der alle Einzel- und Gemeinkosten eines Produktes erfasst und analysiert werden, um eine Basis für Optimierungen festzulegen und die Kosten des Lieferanten nachzuvollziehen. Im

Purchase influences 80 per cent of companies cost due to globalisation and orientation to complete systems. This means that today's suppliers have a share in, unless the share of vital importance in the customers success. A great liability, which is subject to review with an excellent control.

Because of this value percentage the purchasing department cannot just corroborate a belief of trust. As the A-class parts have the biggest share of the purchasing volume, the procurement department is required to have the complete know-how even not only to control but to create the prices. Only if the prices of the suppliers are more likely under the market level the own competitiveness can be increased more easier.

To gain that goal, the German consulting company costdata has developed a methodology to reduce especially cost of A-class parts. The result of this methodology is that customer and supplier participate on the success.

Supplier workshop integrates value analysis and cost analysis

The supplier workshop integrates two approaches with the objective of reducing the costs of products and their manufacturing and supply processes. The first step is the value analysis, which develops ideas for product and process improvement. The second step is the cost analysis, in which all direct and overhead costs of a product are calculated and analysed to have a basis for optimisations and to reconstruct and verify the cost of the supplier.

During the supplier workshop a team of the buyer and the supplier identify all cost elements of the product and the manufacturing and supply proc-

SALARY IN THE METALWORKING TECHNOLOGY SECTOR by comparison (EUR/hour)

Country/Region	Experienced Specialist
West Germany (pay scale)	20.06
Taiwan (industrial park)	12.20
Malaysia (Kuala Lumpur)	6.41
Philippines	2.31

Lieferantenworkshop erarbeiten die Einkaufsabteilung und der Lieferant alle Kostenbestandteile des Produktes und des Herstell- und Bereitstellungsprozesses und definieren Ideen zur Produkt- und Prozessoptimierung.

Traditionell galt die Wertanalyse als eine der erfolgversprechendsten Kostensenkungsinitiativen im Einkauf. Heute ist bekannt, dass der Einkauf Einsparungen nur zu einem Bruchteil ihrer tatsächlichen Höhe realisieren konnte, da ihre Bewertung allein in der Verantwortung des Lieferanten lag. Gleichzeitig erfasst die reine Wertanalyse weder Einsparungspotenziale, die sich im Gemeinkostenbereich des Lieferanten ergeben können, noch haben die meisten Einkaufsabteilungen sehr gute Kenntnisse der Produktkostenrechnung.

Der Erfolg eines Lieferantenworkshops hängt entscheidend von seiner Vorbereitung ab. Um eine Win-Win-Lösung erfolgreich umzusetzen, muss mit einer Workshopdauer von drei bis fünf Tagen gerechnet werden. Das ist abhängig von der Anzahl der Produktvarianten, der Teile- und Wertschöpfungskomplexität und einigen weiteren Faktoren. ☺

esses. They further identify ideas for product and process improvement.

Traditionally the value analysis was considered as one of the most promising cost reduction initiatives for purchasing. Today it is known that purchase could realize savings only to a fraction of their actual level, since its evaluation lays within the responsibility of the supplier. At the same time the classical value analysis identifies neither potentials for improvement, which can result from overhead cost of the supplier, nor the most buyers have very well knowledge about product cost calculation.

The success of a supplier workshops crucially depends on its preparation. Successful implementation of a win-win solution requires a workshop of three to five days length. This depends on the number of products and the complexity of the product and its underlying value creation process. ☺

Doing supplier workshops achieves the following results for customer and supplier:

- Significant and short-term price reductions of up to 35 per cent pro product
- Increase of the competitive position
- Perceptions of the workshop can be taken for other products and processes
- Trustful, efficient and partnership supplier relations based on win-win principle
- Synergy effects

Asien: Veranstaltungen zur Außenwirtschaft

Asia: Foreign Trade Events

Starttermin	Endtermin	Ort	Thema	Veranstalter	Link
01.06.06	08.06.06	Bangkok	Intermold Giesserei	Bundesmesse-beteiligung	www.auma-messen.de
04.06.06	10.06.06	Beijing, Shanghai	Unternehmerreise nach China	AiF	www.intec-online.net
04.06.06	10.06.06	Beijing, Shanghai	Kooperationsreise nach China	BAK	www.architecturexport.de
04.06.06	10.06.06		China-Unternehmerreise für Ingenieure und Architekten	VBI	www.vbi.de
06.06.06	11.06.06	Bangalore	Unternehmerreise zur Bangalore Bio nach Indien (Hyderabad, Pune)	AiF	www.intec-online.net
07.06.06	10.06.06	Beijing	Sino Dental	Bundesmessebeteiligung	www.auma-messen.de
08.06.06	12.06.06	Ningbo	8th Zhejiang Investment & Trade Symposium	Bremen	www.big-bremen.de
12.06.06	16.06.06	Tokio	Interior Lifestyle Trade Fair 2006	DIHK	www.eugatewaytojapan.org
14.06.06	17.06.06	Shanghai	All in Print	Bundesmessebeteiligung	www.auma-messen.de
14.06.06	16.06.06	Tokio	INTERIOR LIFESTYLE JAPAN / Ambiente Japan	Bundesmessebeteiligung	www.auma-messen.de
14.06.06	16.06.06	Tokio	Interior Lifestyle 2006	Hessen	www.wirtschaft.hessen.de
14.06.06	16.06.06	Taipei	FDP Taiwan	Bundesmessebeteiligung	www.auma-messen.de
15.06.06		Halle	Zollseminar: Die Volksrepublik China	IHK Halle	www.halle.ihk.de
19.06.06	21.06.06	Kuala Lumpur	14th International Healthcare Show - IHS 2006	AHK	www.mgcc.com.my
20.06.06	23.06.06	Singapur	COMMUNIC / BROADCAST ASIA	Bundesmessebeteiligung	www.auma-messen.de
21.06.06		Lüneburg	Ländersprechtag Indien	IHK Lüneburg	www.veranstaltungen.ihk.de
22.06.06		Hannover	Gesprächskreis China	IHK Hannover	www.hannover.ihk.de
27.06.06	30.06.06	Shanghai	IFAT - Internationale Fachmesse für Umwelt und Entsorgung	NRW	www.efairs-nrw.de
27.06.06	30.06.06	Shanghai	IFAT China - Umweltschutz	Bundesmessebeteiligung	www.auma-messen.de
27.06.06	01.07.06	Shanghai, Qingdao	Unternehmerreise nach China	AiF	www.intec-online.net
27.06.06	28.06.06	Hamburg	Chinesische Handlungsstrategien	HK_Hamburg	www.veranstaltungen.ihk.de
27.06.06	28.06.06	Stuttgart	Indien Automobil Zulieferer Synergiebörse	Sonstige	www.forum-indien.de
28.06.06		Stade	Erfolg in China - Interkulturelles Training für die VR China	IHK Stade	www.stade.ihk24.de
01.07.06		Shanghai	Informations- und Kontaktreise China	BMW	www.ixpos.de
01.07.06			Informations- und Kontaktveranstaltung China	BMW	www.ixpos.de
01.07.06			Informations- und Kontaktveranstaltung Hongkong	BMW	www.ixpos.de
01.07.06		Neu Delhi	Informations- und Kontaktreise Indien	BMW	www.ixpos.de
01.07.06		Seoul	Informations- und Kontaktveranstaltung Korea (Rep.)	BMW	www.ixpos.de
01.07.06		Kuala Lumpur	Informations- und Kontaktreise Malaysia	BMW	www.ixpos.de
01.07.06		Ulan-Bator	Informations- und Kontaktreise Mongolei	BMW	www.ixpos.de
03.07.06	04.07.06	Weingarten	Der Absatzmarkt China	IHK Weingarten	www.weingarten.ihk.de
03.07.06	07.07.06	Tokio	Healthcare Trade Mission	DIHK	www.eugatewaytojapan.org
04.07.06		Freiburg	Export und Investitionen in Asiens entwickelte Volkswirtschaften	Ostasiatischer Verein	www.oav.de
05.07.06		München	China: Kompetent für Verhandlungen	IHK München	www.akademie.ihk-muenchen.de
11.07.06	13.07.06	Shanghai	ProPak China - International Processing, Packaging Exhibition	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
12.07.06	14.07.06	Singapur	APPLE Conference	Baden-Württemberg	event.bw-i.de
22.07.06	29.07.06	Jakarta, Surabaya	Wirtschaftsdelegationsreise Indonesien	Baden-Württemberg	www.bw-i.de
27.07.06	28.07.06	Augsburg	IHK-Sommerevent „Indien“	IHK Schwaben (Augsburg)	www.schwaben.ihk.de



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

ARAIA COMPASS

Malaysia - Key Sourcing Facts

ARAIA GmbH

Theatinerstraße 14

80333 Munich

Germany

Phone: +49 (0)89/5230-4130

Fax: +49 (0)89/5230-4139

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

Malaysia

Key Facts

Capital: Kuala Lumpur

Population: 25.58 million

Area: 329,750 square kilometres

GDP share of export: 131,8 per cent (2005 est.)

Main industrial areas: Kuala Lumpur, Sarawak, Penang, Langkawi, Johor



Politics & Industry

The federation of Malaya attained its internal autonomy from Great Britain in 1957. Singapore and the East Malaysian states of Sabah and Sarawak on the northern coast of Borneo joined the Federation under the name Malaysia in 1963. Two years later Singapore left the Federation. Malaysia underwent rapid industrialization and transformed its economy from depending mainly on mineral and agricultural products into an export-driven economy dominated by high technology, knowledge-based and capital-intensive industries. Political and economic stabilization as well as stimulating of foreign investments and innovations were the crucial factors for the development of multi-sector economy. Growth was driven basically by exports of electronics. In consequence of the strong dependence on exports, Malaysia was hardly hit by the global economic downturn in

the Information Technology sector in 2001. Since then the economy recovered and in 2004 growth exceeded seven per cent.

Natural resources

tin, petroleum, timber, copper, iron ore, natural gas, bauxite

Core competences

electronics, electrical goods and components, plastic and chemical products, fabricated metal products, machinery and transport equipment, textile industry

Main export partners

US	19.7 per cent
Singapore	15.5 per cent
Japan	9.4 per cent
China	6.6 per cent
Hong Kong	5.8 per cent

Infrastructure

→ International Airports:

Kuala Lumpur, Penang, Langkawi, Kota Kinabalu, Sabah, Kuching

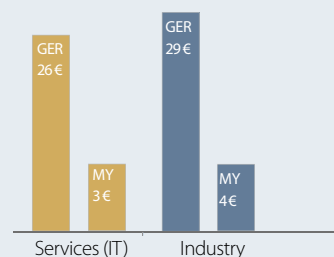
→ Main harbours:

Penang, Klang, Johor, Tanjung Pelepas, Kuantan, Kemaman, Bintulu

Main industries

→ Rubber and oil palm processing and manufacturing, light manufacturing industry, electronics, machinery and equipment, tin mining and smelting, logging and processing timber, petroleum production

Salary per hour



▼
Wages/month 495 EUR
Unemployment rate 3,6 per cent

Commodity	Technology	Competitive advantage/ disadvantage in EPM*	Relative EPM Savings potential (in %)
Sheet metal components	CNC laser cutting, turret punching, bending Manual & robotic welding Hot & cold roll steel, aluminum	+ Quality and experience - Advanced technologies with mid & high precision - New machinery - Material cost can be higher than in China	
Plastic injection parts	Injection molding Blow molding Extrusion	+ Know how & experience - Good raw material access - New and automated machinery equipment -	
Special purpose machinery (i.e. factory automation)	R&D, design and development Fabrication, purchasing, assembling and testing	+ Quality and experience - Integration of Asian supply chain - Little language barriers through all hierarchy levels - Low staff fluctuation - Comparably higher labour costs	
Casting parts	Mould and die, metal casting, machining Metal stamping, surface treatment/finishing Heat treatment and metal fabrication	+ Skilled & experienced staff - Mostly own tool shops - Acceptance of mid to low volumes - Raw material and labour can be more expensive than i.e. China	

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

SWOT* Analysis India

Strengths

- Good infrastructure
- Young and educated workforce
- Know-how in electronics industry
- Wide use of English, especially in business
- Fast overcome of the Asian crises effects

Opportunities

- High investments in education and training
- New technology centers for R&D
- Tax incentives for high tech
- Growing labour productivity
- Use as a strategic hub into the Asean market

Weakness

- Dependency on imports for certain commodities
- Strong segmented supplier base

Threats

- Market for qualified labour is getting smaller and costs rise (especially in Johor)
- It is still a must to follow basic rules for Asean business

ARAI Compass India

Sourcing Process

- With use of local experts market transparency can be gained within few weeks
- Experience with international request for information procedures, however suppliers still need follow up
- Supplier base is often strongly regionally clustered

Audit

- Only by auditing a realistic supplier measurement can be achieved
- ISO standard is common
- Audit procedure is common and known
- Comparably open communication can be used
- Overall quality level higher than China but lower than Singapore

Tendering

- International standards and specifications are common
- Quoted price is mainly reliable
- Capability of price reduction by redesign to cost
- Due to heavy workload of suppliers close "follow up" is required

Cultural Insight

- Due to colonial history western behavior is common and language problems are low (only few older people can not speak English)
- Beware of religious traps

Wuhan: Produktionszentrum für optoelektronische Komponenten

global sources

Wuhan hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Produktionszentrum für Optoelektronik und Telekommunikationsprodukte entwickelt. Ihr Rückgrat ist die Wuhan East Lake High-Tech Development Zone, die auch als das Optics Valley of China (OVC) bezeichnet wird. Die Zone wurde von der Nationalen Entwicklungs- und Reformkommission offiziell als Nationale Informationsbasis für Optoelektronik anerkannt.

Mit einer Produktionskapazität von 60.000 Kilometer Glasfaserkabel jährlich ist East Lake der größte Glasfasererzeuger in der Volksrepublik. In größerem Umfang werden zusätzlich optoelektronische Geräte, Glasfaserterminals und optische Telekommunikationsgeräte sowie Hochleistungslaser, Laserbearbeitungsanlagen, Laserschweißanlagen und Lasermedizintechnik hergestellt. East Lake sieht sich als Hochtechnologiestandort und genießt großes Ansehen auf dem Markt.

Mit der Entwicklung und Herstellung von optoelektronischen Komponenten und Telekommunikationsprodukten beschäftigen sich derzeit 143 Unternehmen in East Lake. Davon arbeiten 59 Firmen im Bereich optoelektronischer Informationstechnologie, zwölf Firmen an Hochleistungslasertechnologie und die übrigen 72 Firmen in der Softwareentwicklung.

„Mit seinen Bemühungen, große, international tätige Unternehmen zur Errichtung von lokalen Niederlassungen zu bewegen, möchte East Lake der in der Welt führende Produzent von optoelektronischen Komponenten werden“, sagt Tang Liang-zhi, der Direktor des Verwaltungskomitees von East Lake.

Nach zweijähriger Bauzeit nahm das Wuhan National Laboratory for Optoelectronics (WNLO) im November 2005 seinen Betrieb auf. Das Labor ist eines der fünf größten des Landes, die vom Wissenschafts- und Technologieministerium und der chinesischen Akademie der Wissenschaften gefördert werden. Mit einem Investitionsvolumen von etwa 55,7 Mio USD wird das 45.000 Quadratmeter große Labor sowohl ein wichtiger Baustein des nationalen Investitionsprogramms für Technologie als auch ein Stützpunkt der Innovationsforschung für East Lake darstellen. „Das WNLO kann Wuhans einzigartige geografische Lage und die wissenschaftlichen Ressourcen mit dem Standortvorteil des am East Lake konzentrierten Industriezweigs verschmelzen. Wuhan kann das führende Hochtechnologiezentrum der optoelektronischen und der Informationsindustrie in China werden“, erklärt Huang De-xiu, stellvertretender Direktor des WNLO.

Positive Märkte im Jahr 2006

Die Nachfrage aus der Telekommunikations- und der Kabelfernsehbranche ist der wichtigste Motor für die Produktion von Glasfaserkabeln in East Lake, wobei der Ausstoß Jahr für Jahr um 20 Prozent steigt. Auch in diesem Jahr setzen die Hersteller wieder auf gute Geschäfte. Wuhan Huagong Genuine Optics Tech Co., Ltd. hat beispielsweise im vergangenen Jahr Verkaufserlöse in Höhe von 27,2 Mio USD erzielt, was eine Steigerung von 57 Prozent gegenüber 2004 bedeutet. Marketingmanager Zhong Kan-zong ist optimistisch, dass dieses Wachstum im laufenden Jahr beibehalten werden kann. Der Umsatz bei Wuhan Huagong beträgt derzeit 50 Mio USD jährlich.

Um das Erlöswachstum beizubehalten, stellen die Hersteller den Export in den Vordergrund. Yangtze Optical etwa hat seine Exporte in der ersten Hälfte des vergangenen Jahres verdoppelt. „Wir konzentrieren uns auf die Erkundung der Auslandsmärkte und dabei vor allem der Wachstumsmärkte wie Indien, Russland, Südamerika und Südostasien“, meint Geschäftsführer Xu Xi-zhou. Yangtze Optical behauptet nach eigenen Angaben einen Anteil von zehn Prozent am Weltmarkt für Glasfasern. Darüber hinaus soll das Unternehmen seit 2004 zu den drei weltgrößten Herstellern von Glasfasern gehören. „Unser Ziel ist es, Asiens führender Entwickler und Hersteller von Glasfasern zu werden“, sagt Xu.

Die Umsätze der Glasfaserkabelbranche sind in den vergangenen Jahren gesunken. Da sich der Wettbewerb weiter verschärft, wird sich diese Tendenz in diesem Jahr nach Meinung der Hersteller nicht verändern. Zhong erwartet, dass die Preise für Produkte niedriger bis mittlerer Qualität weiter fallen werden, aber die Preise für hochwertige Produkte auf ihrem derzeitigen Niveau bleiben werden.

Umweltbewusstsein

Um die RoHS-Bestimmungen (RoHS - Restriction of Hazardous Substances) zur Beschränkung gefährlicher Substanzen einzuhalten, hat die Firma WTD eine Green Manufacturing Advance Group aufgestellt, die vom Geschäftsführer Hu Guang-wen geleitet wird. Die Firma möchte mit der Massenproduktion umweltfreundlicher faseroptischer Komponenten beginnen. Die Produktionskapazität der Firma liegt bei jährlich 6,5 Millionen Stück faseroptischer Komponenten und 3,5

Millionen Stück faseroptischer Module. WTDs Kernprodukte sind Halbleiterlaserdioden mit einer Wellenlänge von 1.310 Nanometern oder 1.550 Nanometern, LEDs, Detektoren, Transmitter, Receiver, Transceiver und 980-Nanometer-Pumplaser. Diese Produkte werden vor allem für PDHs, SDHs, WDMs, DWDMs, Kabelfernsehtetze, Glasfaser-Repeater und Teilnehmer-netze verwendet.

Forschung trägt Wuhans Entwicklung

In East Lake haben mehrere Unternehmen Technologiepartnerschaften mit Forschungsinstituten und Universitäten. In der Zone gibt es insgesamt etwa 100.000 Experten und Techniker, 23 Universitäten und 56 Forschungsinstitute. Die kürzlich vom Wuhan Institute of Posts and Telecommunication veröffentlichten Normen — X.85 und Y.1321 — wurden von der International Telecommunications Union genehmigt. Seit 1971 führt die Huazhong University of Science and Technology (HUST) Forschungen mit Gas- und Feststofflasern sowie den damit verbundenen Anwendungen durch. In den 1980er Jahren wurde das erste Lasertechnologie-Labor des Landes an der HUST installiert. In den frühen Neunzigern beauftragte das Staatliche Planungskomitee die HUST mit der Gründung des ersten nationalen Forschungszentrums für Laserbearbeitungstechnik. Neben der HUST haben auch Institute und Universitäten wie die Wuhan Industry University, das Wuhan Institute of the Chinese Academy of Sciences sowie das Hubei Chemical Research Institute Forschungs- und Entwicklungszentren für optoelektronische Erzeugnisse in Wuhan gegründet. ☉

Wuhan: Production Centre for Optoelectronic Components

Wuhan has been developing over the past few years to become a manufacturing hub for optoelectronics and telecom components. Its backbone is the Wuhan East Lake High-Tech Development Zone, which is also known as the Optics Valley of China (OVC). The zone has been approved as a National Optoelectronics and Information Base by the National Development and Reform Commission.

East Lake is the largest manufacturer of optical fibres in mainland China – having the capacity to produce 60,000 kilometre of fibre optic cables per year. It also volume-produces optoelectronic devices, optical fibre terminals, optical telecom equipment, as well as high-power lasers, laser processing equipment, laser welding equipment and laser medical equipment. East Lake boasts of high-level technology and enjoys considerable popularity in the market.

There are 143 companies in East Lake engaged in developing and manufacturing optoelectronics and telecom products. Among them, 59 companies are involved in information optoelectronics technology, twelve with power optoelectronics technology and the other 72 companies with software engineering.

"East Lake aims to become the world's leading optoelectronic components manufacturer in the world by encouraging large-scale and international companies to set up facilities here," says Tang Liang-zhi, director of the administration committee of East Lake. After two years of construction, the Wuhan National Laboratory for Optoelectronics (WNLO) began operations in November last year. The laboratory is one of the five largest national labo-

ratories sponsored by the Ministry of Science and Technology, the Ministry of Education and the Chinese Academy of Sciences. With a total investment of about 55.7 million USD, the 45,000 square-metre laboratory will be an important part of the national technology innovation program, as well as an innovation research base for East Lake.

"WNLO can combine Wuhan's unique geographic location, scientific resources with the industry advantage of East Lake. Wuhan can also be the cutting



edge technology centre of mainland's optoelectronics and information industry," says Huang De-xiu, vice director of WNLO.

Positive 2006 market

Demand from the telecom and CATV segments is the main driving force for fibre-optic cable production in East Lake, with output growing 20 per cent year-on-year. For this year, makers are banking on another fruitful year. Wuhan Huagong Genuine Optics Tech Co., Ltd., for one, generated 27.2 million USD sales last year, a 57 per cent jump from 2004. Marketing Manager Zhong Kan-zong is optimistic that such growth will be maintained this year. Currently, Wuhan Huagong's annual sales revenue reaches 50 million USD. To maintain sales growth, makers are also prioritizing exports. For instance, Yangtze Optical's exports doubled in

the first half of last year. "We are focused on exploring the overseas market, particularly rising markets such as India, Russia, South America and Southeast Asia," says Xu Xi-zhou, general manager. Yangtze Optical claims to account for ten per cent of the world supply of optical fibres claims to have become among the top three manufacturers of optical fibres in the world in 2004. "Our aim is to become Asia's leading fibre development and manufacturing company," Xu says.

For the past years, the fibre optic cable industry has been experiencing declining quotes. As competition continues to intensify, manufacturers agree that the trend will continue this year. Zhong projects that prices of low-end to mid-range products will continue to drop, but prices of high-end products will remain unchanged.

Environment awareness

To comply with the RoHS (Restriction of Hazardous Substances) regulations, the company WTD has established a Green Manufacturing Advance Group, led by General Manager Hu Guang-wen. The company aims to mass-produce environment-friendly fibre optic components. The company has an annual capacity of 6.5 million units of fibre optic components and 3.5 million units of fibre optic modules.

WTD's main product offerings are 1,310 nanometer and 1,550 nanometer semiconductor laser diodes, LEDs, detectors, transmitters, receivers, transceiver, and 980 nanometer pump lasers. These products are mostly used in PDHs, SDHs, WDMs, DWDMs, CATVs, optical fibre repeaters and access networks. In East Lake, several companies have technological cooperations with research institutes and universities. The



→ www.sourcing-asia.de/service

You can order directly and simply all publications from global sources to the procurement markets of Asia in internet.

zone boasts a total of about 100,000 experts and technicians, 23 universities and 56 research institutes.

The Wuhan Institute of Posts and Telecommunications' recently-launched standards – the X.85 and Y.1321 – were approved by the International Telecommunications Union. Since 1971, the Huazhong University of Science and Technology (HUST) has conducted research on gas lasers and solid lasers, as well as their respective applications. In the 1980s, the first national key laser technology lab was established at HUST. In the early 1990s, the State Planning Committee approved HUST to establish the first national laser processing engineering research centre. Aside from HUST, institutes and universities such as the Wuhan Industry University, the Wuhan Institute of the Chinese Academy of Sciences and the Hubei Chemical Research Institute have established research and development centres for optoelectronic products in Wuhan. ☉



In diesem Gebäude in Singapur ist die neue Montagelinie von Francotyp Postalia und GPS untergebracht.
This building accommodates the new assembly line of Francotyp Postalia and GPS.

GPS eröffnet Montagelinie in Singapur

GPS Opens Assembly Line in Singapore

Article: Wilfried Krokowski Global Procurement Consulting

GPS, Hann. Münden und Francotyp Postalia, Berlin, haben eine gemeinsame Montagelinie in Singapur aufgebaut. Montiert werden individuell vorkonfigurierte, elektromechanische Unterbaugruppen von hoher Qualität in mittleren Stückzahlen.

Das Joint Venture übernimmt auch die Lieferantenlogistik und führt Tests durch. GPS ist für das Management inklusive Materialversorgung zuständig. Das Produkttraining und die Ausbildung erfolgen durch das erfahrene

Personal von Francotyp Postalia. Zwei Drittel der Kapazität wird für den eigenen Bedarf genutzt, ein Drittel steht externen Kunden zur Verfügung.

„Hätten wir nur die Lohnkosten berücksichtigt, wäre eine Montagelinie in China sinnvoll gewesen. Wegen den hochwertigen Komponenten und Baugruppen sowie der hohen Anforderungen an die Unterlieferanten und Mitarbeiter ist die Wahl unter Total-Cost-Aspekten sehr schnell auf Singapur gefallen. In vielen Bereichen wird ►

GPS, Hann. Münden, and Francotyp Postalia, Berlin, have built a joint assembly line in Singapore. Assembled products include individually pre-configured high-quality electromechanical subassembly units manufactured in medium quantities.

The joint venture will also take over supply chain management and testing. GPS is responsible for the management including materials supply. Product training and staff instruction will be handled by the experienced Franco-

typ Postalia personnel. Two thirds of the capacity will be used for own purposes; one third can be let to external customers.

“If we had looked at labour costs only, an assembly line in China would have made sense. But, due to the use of high-quality components and assembly units as well as the high demands on subcontractors and employees, the choice for Singapore was made fairly quickly under total cost considerations. China is still overrated in many respects. Not everything can be done in China ►

Singapur hat unter Total-Cost-Aspekten die Nase vorn. Singapore has a total cost advantage.

▼ China noch, 'overrated', nicht alles ist in China kostengünstig machbar", sagt Manfred Schwarze, Geschäftsführer von Francotyp Postalia.

Singapur ist eine erste Adresse in Asien

„Unter diesen Gesichtspunkten ist Singapur eine erste Adresse in Asien. Ebenfalls von großer Bedeutung ist der Know-how-Schutz. Die Gefahr des Nachbaus und des Verlustes von Firmen- und Produkt-Know-how ist in China höher als in Singapur. Die bessere Qualifikation des Personals und

der Ingenieure vor Ort erleben wir täglich, sei es beim Aufbau der Montagelinie oder bei der Prozessumsetzung. Singapur hat das bessere Ausbildungssystem und ist mindestens eine Generation länger am Markt und kennt daher die Interessen der westlichen Firmen wesentlich besser“, fügt Schwarze hinzu.

Für GPS bedeutet die Montagelinie eine konsequente Weiterentwicklung der bisherigen Geschäftsfelder. Die Montage ist das letzte Glied in einer kompletten Versorgungskette in Asien. ☉

▼ at the least cost," says Manfred Schwarze, General Manager of Francotyp Postalia.

Singapore is still top in Asia

"From this perspective, Singapore is still top in Asia. Another important factor is the know-how protection. The danger of unlicensed construction and loss of company and product know-how is higher in China than it is in Singapore. What we experience daily is that the personnel and engineers are better qualified, for instance when installing the assembly line or implementing processes. Singapore's educational system is more advanced, and Singapore has been in the market one generation longer

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

than China and knows far more about the interests of Western companies," adds Schwarze.

For GPS, the assembly line constitutes a consistent development of today's business segments. The product assembly is the last link in forming a complete supply chain in Asia. ☉

Partner



Jürgen Obergfell
Leiter Materialwirtschaft
Head of Strategic Purchasing/Value Engineering
DORMA Holding GmbH & Co. KGaA

„Als mittelständische Firma macht es keinen Sinn, eine eigene strategische Einkaufsorganisation in Asien zu unterhalten. Unsere Strategie ist es, mit starken Know-how-Trägern den internationalen Weg zu gehen und von den Erfahrungen anderer zu lernen. Seit 1996 sind wir Mitglied der GPS-Organisation, die für uns neue Einkaufswege im asiatischen Raum erschließt und bestehende Lieferantenstrukturen zielgerichtet ausbaut. Auch unsere DORMA-Produktionsstätten in Asien profitieren von dieser Zusammenarbeit.“

"As a mid-sized enterprise, it does not make sense to maintain our own strategic purchasing organisation in Asia. Our strategy is to go international in cooperation with strong partners that have the know-how, and learn from the experience others have had. Since 1996 we have been a member of the GPS organisation, which opens up new purchasing options in Asia for us and develops specific supplier structures. Also our DORMA manufacturing facilities in Asia benefit from this cooperation."

CONTITECH®
VIBRATION CONTROL

Liegler

Mubea
engineering for mobility

GARDENA

KIRCHHOFF
KIRCHHOFF

WESSEL-WERK

eppendorf

MEYRA
Die Metallwerke

PHOENIX CONTACT

KRONES

DORMA

Pfannenberg

BEUMER

Miele

E+H

P

Incoterms

local global

Die Incoterms, 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 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 therefore be written

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

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 sub-divided in C, D, E and F clauses. ☺

Preise und Indizes Prices and Indices

Einfuhrpreise steigen um fast sieben Prozent Import Prices Rise by Nearly Seven Per Cent

local global

Die Einfuhrpreise haben sich im April 2006 gegenüber dem Vorjahresstand um 6,9 Prozent erhöht. Das teilt das Statistische Bundesamt, Wiesbaden, mit. Dies sei die höchste Veränderung zum Vorjahr seit November 2000 gewesen. Die wesentlichen Ursachen für den Anstieg sind laut den Statistikern die Preiserhöhungen bei den Nicht-Eisen-Metallen und deren Halbzeug um 50,4 Prozent und die anhaltende Verteuerung der Energie (plus 37,3 Prozent gegenüber April 2005). Bei den Nicht-Eisen-Metallen und deren Halbzeug hätten sich vor allem Rohkupfer (plus 104,3

Prozent) sowie Edelmetalle und deren Halbzeug (plus 54,3 Prozent) verteuert. Die Preise für Mineralölzeugnisse seien um 32,6 Prozent gestiegen. Billiger als vor einem Jahr seien dagegen wie in den Vormonaten unter anderem elektronische Bauelemente (minus 17,5 Prozent) und Datenverarbeitungsgeräte und -einrichtungen (minus 14,7 Prozent) gewesen. Gegenüber März 2006 stiegen die Einfuhrpreise nach Angaben der Behörde um 1,3 Prozent. Insbesondere Nicht-Eisen-Metalle seien im Vormonatsvergleich erheblich teurer geworden (plus 10,4 Prozent). Die Preise für die Einfuhr von Energie hätten gegenüber dem Vor-

In April 2006 import prices rose by 6.9 per cent compared with the previous year. This information comes from the Federal Statistical Office in Wiesbaden. This has been the biggest year-on-year deviation since November 2000. According to the statisticians, the most important reasons for the increase are the price rises for non-ferrous metals and corresponding semi-finished products by 50.4 per cent and the continuing rise in energy costs (plus 37.3 per cent compared to April 2005). In the segment of non-ferrous metals and corresponding semi-finished products,

the major boosters were raw copper (plus 104.3 per cent) and precious metals and corresponding semi-finished products (plus 54.3 per cent). The prices for mineral oil products increased by 32.6 per cent. Just like in the previous months, electronic components (minus 17.5 per cent) and IT hardware and facilities (minus 14.7 per cent) were cheaper than one year ago. In comparison with March 2006 import prices had risen by 1.3 per cent, the office announced. Particularly non-ferrous-metals had become considerably more expensive month-on-month (plus 10.4 per cent). Prices for imported energy had further tightened com-

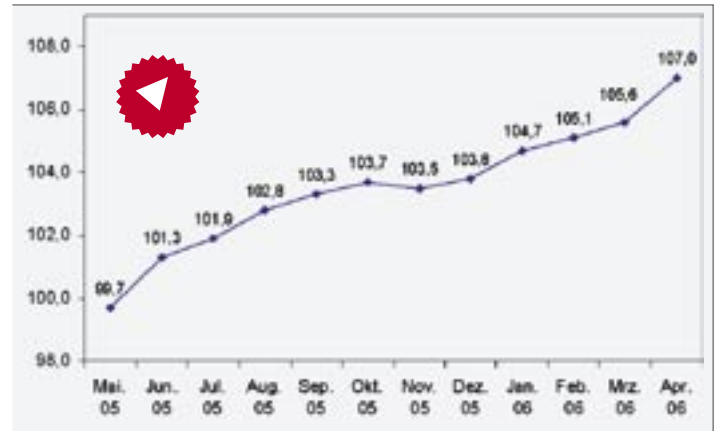
Nicht-Eisen-Metalle und Energie sind Preistreiber. Non-ferrous metals and energy are inflaters.

monat weiter angezogen (plus 6,1 Prozent nach plus 2,3 Prozent im März und minus 0,7 Prozent im Februar 2006). Rohes Erdöl sei um 8,7 Prozent teurer geworden, für Mineralölzeugnisse hätte man im Vormonatsvergleich 8,4 Prozent mehr bezahlen müssen. Elektronische Bauelemente sowie Datenverarbeitungsgeräte und -einrichtungen seien wie in den Vormonaten billiger geworden (jeweils minus 2,7 Prozent). ☉

pared with the previous month (plus 6.1 per cent after plus 2.3 per cent in March and minus 0.7 per cent in February 2006). Crude oil had increased by 8.7 per cent; mineral oil products became dearer by 8.4 per cent month-on-month. Electronic components as well as IT hardware and facilities became cheaper as had been the case in the previous months (minus 2.7 per cent each). ☉

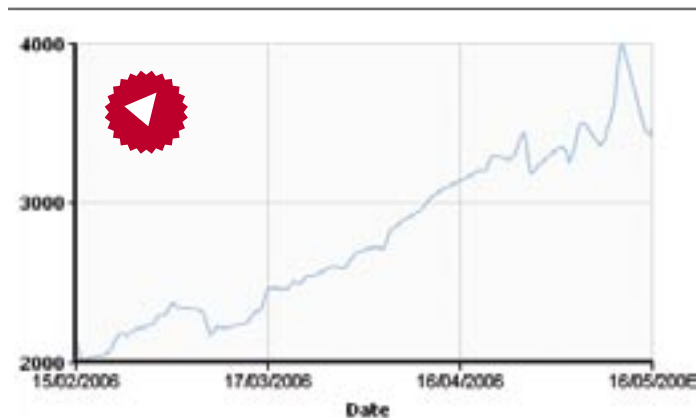
Einfuhrpreisindex *Index of import prices*

Source: Statistisches Bundesamt



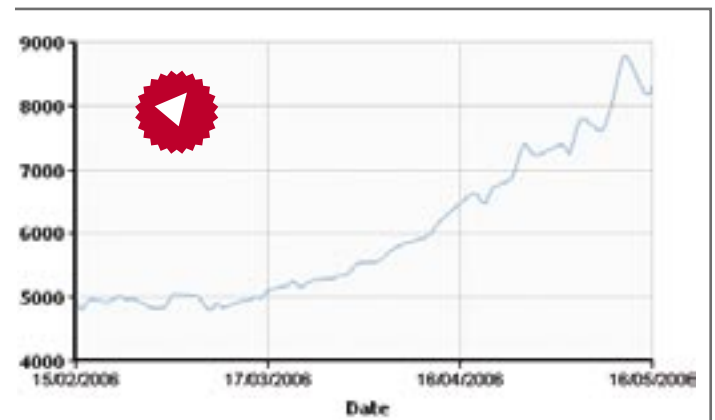
Zinc - Cash buyer (in USD/metric ton)

Source: LME



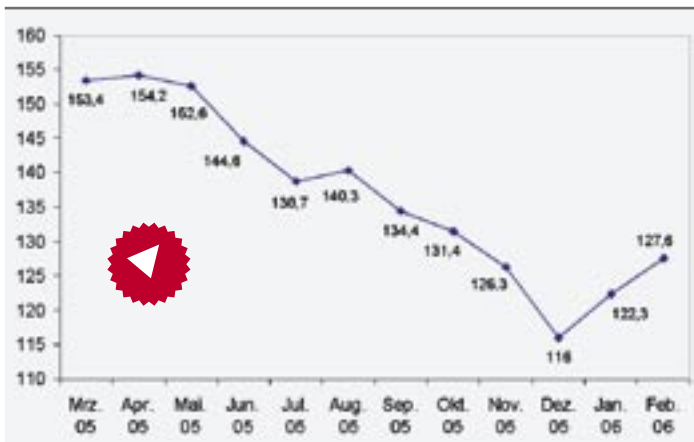
Copper - Cash buyer (in USD/metric ton)

Source: LME



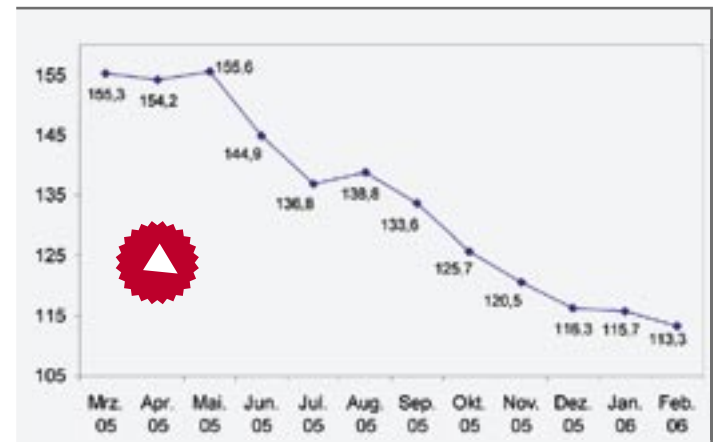
Asian Stainless Steel Price Index Cold Rolled Coil 304

Source: MEPS



Asian Carbon Steel Product Price Index Cold Rolled Coil

Source: MEPS



Messen in Asien: die kommenden Events

Exhibitions in Asia: the Upcoming Events

Datum	Land/Ort Titel		
Juli 06	Indien/New Delhi DILF - Delhi International Leather Fair	07.07.-12.07.06	Indien/Coimbatore INTEC - Industrial Trade Fair
Juli 06	China (VR)/Peking MODERN RAILWAYS - International Exhibition on Modern Railway Equipment and Technology	11.07.-14.07.06	China (VR)/Hongkong/SVR Hong Kong Fashion Week
Juli 06	Singapur Pro Audio & Light Asia - International Trade Exhibition for the Professional Audio & Lighting Industries	11.07.-14.07.06	China (VR)/Hongkong/SVR Hong Kong International Textile and Garment Machinery and Technology Fair
04.07.-07.07.06	Singapur HVAC ASIA - International Exhibition on Heating, Ventilation, Refrigeration, Air Filtration and Air-Conditioning Systems	11.07.-13.07.06	China (VR)/Shanghai PharmaPak China - International Exhibition for Pharmaceutical and Cosmetic Technology
04.07.-07.07.06	Korea (Republik)/Seoul KISS - International Safety and Security Exhibition	11.07.-13.07.06	China (VR)/Shanghai PlasPak China - International PET & Plastic Packaging Technology and Material Exhibition
04.07.-07.07.06	Singapur PSA - International Exhibition for Pumps & Systems, Compressors & Systems, Valves & Fittings, Tubes & Piping	11.07.-13.07.06	China (VR)/Shanghai ProPak China - International Processing, Packaging and Printing Exhibition
04.07.-07.07.06	China (VR)/Hongkong/SVR Summer Sourcing Show for Gifts, Houseware & Toys	12.07.-14.07.06	Japan/Chiba/Tokyo InterOpto - International Opto-Electronics Exhibition
05.07.-08.07.06	China (VR)/Peking FA/PA - International Exhibition of Modern Factory/Process Automation Technology and Equipment	13.07.-16.07.06	China (VR)/Peking BIJewel - Beijing International Jewellery Fair
05.07.-08.07.06	China (VR)/Shanghai ShanghaiTex - International Exhibition on Textile Industry	13.07.-16.07.06	China (VR)/Shanghai Imaging Expo China / Interphoto Shanghai
06.07.-09.07.06	China (VR)/Kanton CBD - Internationale Fachmesse für Bau, Innenausbau und Heimtextilien	13.07.-16.07.06	Japan/Tokyo Tokyo Toy Show
06.07.-09.07.06	Thailand/Bangkok ENTECH POLLUTEC ASIA - International Exhibition of Environmental Protection and Pollution Control Technology	14.07.-17.07.06	China (VR)/Kanton GMT + AMB - China International Machine Tool Exhibition
06.07.-08.07.06	Japan/Tokyo GIFTEX - International Variety-Gift Expo Tokyo	14.07.-17.07.06	Taiwan/Taipei Taipei Telecom - International Telecommunications and Networking Show
06.07.-08.07.06	Japan/Tokyo ISOT - International Stationery & Office Products Fair Tokyo	18.07.-20.07.06	Indien/New Delhi IIGF - India International Garment Fair
06.07.-09.07.06	Thailand/Bangkok PUMPS & VALVES - Specialized Pumps, Valves and Fitting Hardware Trade Exhibition	18.07.-20.07.06	Indonesien/Jakarta Indo Livestock Expo & Forum
06.07.-09.07.06	Thailand/Bangkok RENEWABLE ENERGY ASIA - International Renewable Energy Technology Exhibition and Conference	19.07.-21.07.06	Japan/Tokyo EXPO COMM WIRELESS Japan - Ausstellung und Konferenz für schnurlose und mobile Netzwerke
06.07.-09.07.06	Japan/Tokyo TIBF - International Book Fair	19.07.-24.07.06	China (VR)/Hongkong/SVR Hongkong Book Fair
07.07.-12.07.06	Indien/Coimbatore Control INDIA	19.07.-21.07.06	Japan/Tokyo IFF - International Fashion Fair
		24.07.-29.07.06	Macao SPIEL - International Gaming & Entertainment Expo
		25.07.-27.07.06	Japan/Chiba/Tokyo IHE JAPAN - International Horticultural Exhibition

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.



25.07.-27.07.06	China (VR)/Shenzhen Intertextile Pavilion Shenzhen - Shenzhen International Trade Fair for Apparel Fabrics and Accessories	17.08.-21.08.06	China (VR)/Hongkong/SVR Hong Kong International Medical & Health Care Fair
26.07.-28.07.06	Singapur Singapore Gifts & Premiums Fair - Internationale Geschenkartikelmesse	18.08.-21.08.06	China (VR)/Kanton CIFF - International Furniture Fair
26.07.-28.07.06	Singapur Stationery & Office Link - Messe für Schreibwaren und Bürobedarf	18.08.-20.08.06	Pakistan/Karachi Health Asia
28.07.-30.07.06	China (VR)/Shanghai China Joy - China Digital Entertainment Expo & Conference	18.08.-21.08.06	China (VR)/Kanton Hometextile China
Aug 06	Thailand/Bangkok Asia Comm - International Telecommunications and Information Technology Trade Exhibition	21.08.-24.08.06	China (VR)/Shanghai Ispo China Summer - Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode
Aug 06	China (VR)/Peking Constex - China International Steel Construction Expo	24.08.-28.08.06	Korea (Republik)/Goyang/Seoul KOFURN - International Furniture & Woodworking Machinery Fair
Aug 06	Indonesien/Jakarta IIME - International Industrial Machinery Exhibition	24.08.-27.08.06	Vietnam/Hochiminh City Medical Expo - International Medical Equipment and Pharmaceutical Exhibition
Aug 06	Indonesien/Jakarta INDOPHARM - Internationale Messe für pharmazeutische, kosmetische und Nahrungsmittelzusätze	28.08.-30.08.06	Pakistan/Karachi Build Asia
Aug 06	Philippinen/Manila Manila International Book Fair	28.08.-30.08.06	China (VR)/Shanghai Intertextile Shanghai Home Textiles
Aug 06	China (VR)/Shanghai Pet Fair Asia - International Trade Event For Pet and Aquatic Products & Services	29.08.-01.09.06	China (VR)/Shenzhen NEPCON South China
Aug 06	China (VR)/Peking WATER CHINA - China International Water Technical Equipment Exhibition and Seminar - China International Water Gauge Exhibition	29.08.-01.09.06	Japan/Yokohama WASTEC - Waste Control & Recycling Technology Exhibition
03.08.-05.08.06	China (VR)/Peking SportExpo - International Sports Facilities Expo	30.08.-02.09.06	China (VR)/Peking BIBF - Beijing International Book Fair
03.08.-06.08.06	Vietnam/Hochiminh City VIETNAM AUTOPETRO - International Means of Transport	30.08.-01.09.06	Japan/Chiba/Tokyo JAIMA - Japan's Exposition of Analytical Instruments and Solutions
04.08.-06.08.06	Malaysia/Kuala Lumpur Franchise International Malaysia Exhibition and Conference	30.08.-02.09.06	Indonesien/Jakarta RAHV - International Exhibition on Refrigeration, Air Conditioning, Heating and Ventilating System
09.08.-11.08.06	Pakistan/Karachi ITCN - Fachmesse für Internettechnologie	30.08.-01.09.06	China (VR)/Shanghai SpinExpo - Fachmesse für Garne, Fasern und Textildesign
14.08.-17.08.06	China (VR)/Peking Modern Life - Beijing Gift & Home Show - Summer	Sep 06	Armenien/Eriwan ARMENIA EXPO - Messe für Investitionsgüter
15.08.-18.08.06	China (VR)/Peking APPLAS - Asian-Pacific International Plastics & Rubber Industry Exhibition	Sep 06	China (VR)/Hongkong/SVR AUTOPARTS&ACCESSORIES - International Auto Parts, Accessories, Maintenance and Inspection Equipment Exhibition
17.08.-21.08.06	China (VR)/Hongkong/SVR Food Expo	Sep 06	Thailand/Bangkok Asian Furniture Fair
		Sep 06	China (VR)/Shanghai B & H - International Housing & Building Expo

Hongkong stellt sich dem Wettbewerb

Hong Kong Faces Competition

Article: Joanne Davis

Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Das Prestige Hongkongs als Messestandort und die Besucherzahlen von 3,6 Millionen im Jahr 2004 sind nach wie vor eindrucksvoll – auch im Vergleich mit Chinas schnellem Aufstieg zu Asiens größtem Messemarkt. Hongkong, die internationale Businessplattform mit ihrer unübertroffenen Infrastruktur, ist nach wie vor das Eingangstor zu den Märkten in China und dem restlichen Asien.

Hongkong, weltweit beim Handelsvolumen an elfter Stelle liegend, ist nach wie vor eine der am stärksten nach außen orientierten Volkswirtschaften. Seine internationale Wettbewerbsfähigkeit steht in direktem Zusammenhang mit dieser Position. Die Herausforderung, sich als das Wirtschafts- und Finanzzentrum in Asien zu behaupten, wird sehr ernst genommen.

Das Wachstum der Messeindustrie in den vergangenen 20 Jahren spiegelt Hongkongs Stellung als globale Beschaffungs- und Verkaufsdrehscheibe für Asien, das chinesische Festland und insbesondere das Perlfussdelta in Süddchina wider. Diese Position wird weiter gefestigt durch den dynamischen Wandel der Märkte, ausgehend durch den Einfluss der Hersteller vom chinesischen Festland. Textilien, Schuhe, Bekleidung, Möbel, Geschenk- und Haushaltsartikel sowie elektronische Produkte, die auf den Fachmessen Hongkongs präsentiert werden, stammen hauptsächlich von Herstellern aus dem chinesischen Festland, die ihre Waren exportieren möchten. Umgekehrt sind die Importe aus den Bereichen Nahrungsmittel und Wein, Bekleidung und veredelte Textilien, Schmuck und Kosmetik sowie Luftfahrtmessen stark angestiegen, weil die Festlandchinesen vermehrt für ihren wachsenden einheimischen Markt einkaufen.

Die Kompetenz in Handelsfragen, stabile wirtschaftliche Rahmenbedingungen, das Rechtswesen, die Steuerfreiheit sowie der uneingeschränkte Schutz des geistigen Eigentums machen Hongkongs Wettbewerbsvorteil und die Profitabilität seiner Unternehmen aus. Nach einer Untersuchung der Hong Kong Exhibition and Convention Industry Association (HKECIA) aus dem Jahr 2004 kommen über 50 Prozent der Stammaussteller nicht aus Hongkong. 39.517 Unternehmen haben ihre Produkte oder Dienstleistungen auf über 60 großen Messen präsentiert. Diese Zahl liegt um nahezu ein Drittel über der im Jahr 2002 erreichten Ausstellerszahl von 30.000 und um die Hälfte über der Zahl aus dem Jahr 2000, was ein Indikator dafür ist, dass immer mehr Unternehmen Hongkong als eine Plattform für die Präsentation vor anspruchsvollen Einkäufern wahrnehmen.

Aussteller vom Festland nehmen zu

Die Zahl der Aussteller vom chinesischen Festland, die 2002 noch 3.257 betragen hatte, stieg bis 2004 um 95 Prozent auf 6.350. Diese Zahlen zeigen, dass trotz doppelt so hoher Preise im Vergleich mit Messen auf dem chinesischen Festland die Unternehmen bereit sind, die Qualität und Kaufkraft in Hongkong entsprechend zu honorieren. Die rasante Entwicklung des Messemarktes in Asien hat allen Ebenen der Veranstaltungsindustrie neue Möglichkeiten eröffnet. Nicht nur in Hongkong und Macao wurden Messegelände errichtet oder erweitert, in der gesamten Region wird gemeinsam nach Wegen gesucht, die Chancen im Handels- und Geschäftstourismus verstärkt wahrzunehmen. Veranstalter und Aussteller bedienen den Bedarf der aufstrebenden Volkswirtschaften an Infrastruktur und größeren Produktionszentren.

Hong Kong's trade show reputation and visitor attendance of 3.6 million in 2004 remains impressive in relation to China's rapid advance to Asia's largest exhibitions market. It is the strength of its unparalleled infrastructure and proven international business platform that ensures that Hong Kong remains the gateway to markets in China and the rest of Asia.

As the 11th largest trading economy, Hong Kong remains one of the world's most externally orientated economies. International competitiveness goes hand in hand with this position, and the challenge of remaining the commercial and financial centre of Asia is one that Hong Kong does not take lightly.

The growth of the Hong Kong exhibition industry over the past twenty years has reflected the global sourcing and selling crossroad that Hong Kong has become for the Asian region, Mainland China, and in particular, for the Pearl River Delta in Southern China. This position is further enhanced with the dynamic market changes that the mainland Chinese manufacturers are bringing to bear on world markets. Currently textiles, shoes, clothing, furniture, gifts and household products, and electronic goods shown at Hong Kong trade exhibitions are all widely represented by mainland companies looking to export. Conversely, imported food and wine, apparel and finishing fabrics, jewellery, beauty products and aviation exhibitions have seen dramatic increases in mainland Chinese visitors buying for their growing domestic market.

The territory's trading expertise, stable business conditions, legal system, tax free status and full intellectual property rights protection all provide Hong Kong with the competitive edge required by businesses seeking profita-

ble trade within the region. According to the 2004 survey carried out by the Hong Kong Exhibition and Convention Industry Association (HKECIA) over 50 per cent of Hong Kong's exhibitor base comes from outside Hong Kong. 39,517 companies displayed products or services at over 60 major exhibitions. This number has swelled by nearly a third over the 30,000 exhibiting companies in 2002 and by a half over the number in 2000, indicating that more and more businesses view Hong Kong as a platform for exposure to quality buyers.

Number of exhibiting companies from the Mainland soars

From a total of 3,257 in 2002, the number of exhibiting companies from the Mainland soared by 95 per cent to 6,350 in 2004. These figures reflect that, despite the duplication of lower priced exhibitions in China, businesses are prepared to invest for the quality and buying power evident at Hong Kong shows.

The rapid development of Asia's exhibition market has provided opportunities for all levels of the event industry. Venues are being built or expanded, not only in Hong Kong and Macau, but throughout the region, all looking at ways to share in expanding trade and business tourism opportunities. Organisers and exhibitors view the opening of emerging markets as a means to capitalise and sell international products and services to meet the increasing demand for infrastructure and widening manufacturing hubs.

The complicated barriers to doing business profitably in China and less developed areas in the region are slowly easing. Venues are adopting international management practices and raising the standards of presentation, hall services

Die komplizierten Hürden auf dem Weg zu einem profitablen Geschäftsbetrieb in China und weniger gut entwickelten Regionen werden Zug um Zug abgebaut. Die Veranstaltungsorte orientieren sich an internationalen Managementpraktiken und haben die Präsentationsstandards, die Qualität der Hallendienste sowie ihre Aufmerksamkeit für die Themen Gesundheit und Sicherheit angehoben. Professionelle Schulungsprogramme, die in jüngster Zeit häufig in der Region stattfinden, stellen das Veranstaltungs- und Standortmanagement in den Vordergrund. Dadurch verbreitet sich für alle Ebenen der Branche die zur Verfügung stehende Wissensbasis.

Die Messeindustrie im asiatisch-pazifischen Raum und speziell in China wird zweifellos auch in Zukunft expandieren. Hongkong möchte dabei unbedingt Messehauptstadt Asiens bleiben. ☉

Author

Joanne Davis

Stellvertretende Geschäftsführerin
Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Deputy Managing Director
Hong Kong Convention and Exhibition Centre

and their attention to health and safety issues. Professional industry training programs, frequently now held in the region, are focussing on event and venue management, which will improve the knowledge base available for all levels of the industry.

The Asia Pacific and China exhibition industry is one that will doubtlessly continue to expand, however, Hong Kong intends to remain firmly in the lead as the Trade Show Capital of Asia. ☉

Hausgeräte, Baumarktbedarf, Automobilzubehör und Sanitär Household appliances, building centre supplies, car accessories and sanitation

CHINA SOURCING wächst CHINA SOURCING Is Growing

local global

China bleibt als Beschaffungsmarkt für deutsche und europäische Importeure die Nummer eins. Das teilt der Messeveranstalter Reed Exhibitions Deutschland mit, der zusammen mit der China Chamber of Commerce for Import and Export of Machinery and Electronic Products (CCCME) zum zweiten Mal vom 13. bis 15. September 2006 die CHINA SOURCING in Düsseldorf organisiert.

China remains number one as the purchasing market for German and European importers. This has been communicated by fair organiser Reed Exhibitions Deutschland, which is organising CHINA SOURCING in Düsseldorf from 13th to 15th September, 2006, together with the China Chamber of Commerce for Import and Export of Machinery and Electronic Products (CCCME) for the second time.

Nach der Premiere im vergangenen Jahr rechnet man mit deutlichen Zuwächsen: Zur chinesischen Leistungsschau werden etwa 300 Aussteller und 5.000 Besucher erwartet. Zur Erstveranstaltung hätten 200 Aussteller und etwa 3.000 Einkäufer aus 20 Nationen die CHINA SOURCING als Beschaffungsmarkt für Produkte der Branchensegmente Hausgeräte, Baumarktbedarf, Automobilzubehör und Sanitär genutzt.

„Unser Ziel, Kunden aus Handel und Industrie neue Vertragspartner und Produkte aus China vorzustellen, hat sich absolut erfüllt“, sagt Britta Wirtz, die Messedirektorin, über die Erstveranstaltung. Für den kommenden Termin seien etwa 2.800 Quadratmeter Ausstellungsfläche gebucht, dies entspreche einem Zuwachs von 30 Prozent gegenüber 2005. Deswegen wechselt man in die Hallen 1 und 2 des Düsseldorfer Messegeländes. ☉

After the premiere last year considerable growth rates are expected for this year. About 300 exhibitors and 5,000 visitors are expected to visit the Chinese exhibition. The first CHINA SOURCING event had been used as a purchasing market for household appliances, building centre supplies, car accessories and sanitation by about 3,000 buyers from 20 nations.

“We have absolutely achieved our goal of introducing new contracting partners and products to our trading and industrial customers”, says Britta Wirtz, Fair Director, about the launch of the event. For the upcoming exhibition, 2,800 square metres of floor space have been booked, which is an increase of 30 percent compared with 2005. Therefore, the event has been relocated to take place in halls 1 and 2 of the Düsseldorf fair ground. ☉

Exhibition Market China 2006/2007

Herausgeber/Publisher:
local global GmbH in
Kooperation mit dem
Ausstellungs- und
Messeausschuss der
Deutschen Wirtschaft
(AUMA)

Erscheinung/Publication:
Juni/June 2006
Seiten/Pages: 256
Preis/Price: 29 €*
Sprache/Language:
Deutsch/English
German/English

*Alle Preise inkl. 7% MwSt. und zzgl. Versandkosten
(1,50 € - Deutschland, 4,50 € - Europa, 10,00 € - Übersee)

*Price plus shipping and handling
(1,50 € - Germany, 4,50 € - Europe, 10,00 € - Oversea)

Bestellung/Order:
<http://www.localglobal.de/EMC>



Indiens automobile Zukunft ist rosig

local global

Automobilhersteller und –zulieferer müssen sich auf den verbliebenen Wachstumsmärkten frühzeitig positionieren. Wie FORUM INDIEN mitteilt, steht nach Osteuropa und China jetzt Indien im Fokus der Branche. Noch seien die Produktionszahlen gering und die europäischen Automobilhersteller unterrepräsentiert. Doch die aktuellen Wachstumszahlen stimmten sehr zuversichtlich und es gebe kaum einen namhaften Automobilhersteller, der diesem Markt fernbleiben werde. Indien biete zudem eine sehr gute

Sourcingbasis und eine fast unbegrenzte Anzahl an jungen, hochqualifizierten Ingenieuren.

Wie die automobile Zukunft Indiens aussieht, welche Anforderungen es an die Zulieferer gibt, diese und ähnliche Fragen diskutiert das FORUM INDIEN mit Managern der Fahrzeughersteller und Zulieferer aus Indien auf der „Indien Automobil Zulieferer Synergiebörse“ vom **27. bis 28. Juni 2006** in **Stuttgart**. Die Vorträge, Workshops und Gesprächsrunden würden Marktinformationen aus erster Hand bieten.

Kontakt

FORUM INDIEN, Köln
Kavita Dchaudhuri
Telefon: 0221/310-3108
Telefax: 0221/310-9162
Kavita.dchaudhuri@forum-indien.de

Die Teilnehmer, Kfz-Hersteller, Zulieferer, Maschinenbauer sowie Finanz-, Logistik-, IT- und Ingenieursdienstleister, könnten Kontakte zu bestehenden und potenziellen Kunden, Lieferanten und Partnern aufbauen. Die Teilnahmegebühr beträgt 1.150 EUR. ☺



Matchmaking Conferences Year Book 2006

Experten aus der Messewirtschaft sowie Veranstalter aus der öffentlichen und privaten Wirtschaftsförderung diskutieren in der neuen Publikation „Matchmaking Conferences Year Book 2006“ wie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) Kooperationsbörsen als effektives Mittel bei der internationalen Partnersuche einsetzen können.

Weiterhin sollen Praxisbeispiele einen Einblick geben, wie Kooperationsbörsen organisiert werden. Ein Kalender mit über 170 Events gibt einen Überblick über kommende Termine in Europa, Asien und Lateinamerika.

Bibliografische Daten *Bibliographic Data*

Herausgeber/Publisher
local global GmbH
Erscheinung/Publication
März/March 2006
224 Seiten/Pages
Preis/Price: 25 €*
Sprache/Language
Englisch/English

Bestellung/Order:
www.localglobal.de/shop

*Alle Preise inkl. 7% MwSt. und zzgl.

Delegationsreise an Chinas Ostküste

local global

Chinas Ostküste ist ein Magnet für deutsche Unternehmer. Nach Shanghai und Beijing rücken nun **Qingdao, Tianjin** und **Xiamen** in den Fokus der wirtschaftlichen Entwicklung. Das teilt Baden-Württemberg International (bw-i) mit und organisiert zusammen mit den baden-württembergischen Industrie- und Handelskammern (IHKs) vom **16. bis 24. September 2006** eine Unternehmerreise in diese drei Städte. Alle

drei Standorte zeichneten sich durch ein beständiges Wirtschaftswachstum, eine sehr gute Infrastruktur und niedrige Lohn- und Mietpreise aus.

In Kooperationsbörsen mit individuell ausgewählten Geschäftspartnern und bei Firmenbesuchen könnten die Teilnehmer die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit besprechen und den persönlichen Eindruck vor Ort vertiefen. ☺

Kontakt

Baden-Württemberg International (bw-i), Stuttgart
Susanne Volpers
Telefon: 0711/22787-30
Telefax: 0711/22787-66
Susanne.volpers@bw-i.de

EU-China Partenariat 2006

local global

Obwohl kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) zwei Drittel des europäischen Marktes ausmachen, bleiben sie vom chinesischen Markt oft ausgeschlossen. Dies teilt die IHK Gesellschaft zur Förderung der Außenwirtschaft und der Unternehmensführung mit, die im Auftrag des China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) der Provinz Sichuan die Teilnahme einer Delegation deutscher Unternehmen an der Kooperationsbörse „EU-China Partenariat 2006“ koordiniert. Das EU-China Partenariat ist eine Initiative der Euro-

päischen Kommission und des chinesischen Staatsrates. Ziel der Veranstaltung sei es, erste Geschäftskontakte für KMU anzuregen und einen Anstoß zum Aufbau langfristiger Geschäftspartnerschaften zu geben. Vom **9. bis 10. November 2006** werden 500 gastgebende Unternehmen aus China und 400 Firmen aus allen 25 EU-Staaten in **Chengdu**, der Provinzhauptstadt der südwestchinesischen Provinz Sichuan, erwartet. Die Kooperationsbörse richtet sich an Unternehmen aus den Branchen Agrarindustrie, Tourismus, Medizintechnik, Umwelt-

Kontakt

IHK Gesellschaft zur Förderung der Außenwirtschaft und der Unternehmensführung
Berlin und Bonn
Joel Willers
Telefon: 0228/28920-17
Telefax: 0228/28920-19
Willers.joel@ihk-gmbh.de

technik, Maschinenbau, Bauindustrie, Informationstechnologie sowie Elektronikteile. Die Teilnahme ist kostenlos. ☺

**„Others go by a timetable.
We meet your
deadlines.“**



The Challenge:

Beaujolais Primeur to the 3rd, Thursday
in November to Japan

The Uplift:

Two Boeing 747, two MD 11, customised

GANZ ENTSPANNT

BEIM

CHINA VERSAND

**BEST
LOGISTICS
PROVIDER
CHINA 2005**

Das macht auch Ihre China-Logistik so spannend: Ein Team von über 4.500 Mitarbeitern in 79 Niederlassungen vorort. Mehr als 18 Jahre Logistik-Erfahrung und zwei eigene Jumbos, die Ihr Geschäft tagtäglich mit China verbinden. – Und die Ehre, zum besten Logistiker des Landes gewählt worden zu sein!



IT'S OUR BUSINESS
TO DELIVER YOURS.
www.tnt.de



Fragen zu den Leistungen von TNT beantworten wir gerne unter: 0 18 05 - 700 900 ab 12 €