

sourcing asia

Hello Europe!

Indische Autozulieferer drängen in den Westen

Indian Auto Suppliers Head West

24-SEITIGE ZVEI-
SONDERBEILAGE:

Indiens boomender Elektromarkt

Gute Chancen für
den Markteintritt

TREND

Offshoring: Ungenutzte Potenziale
Offshoring: Unexploited Potentials

STRATEGY

Einkaufsirrtümer ausräumen
Avoiding Procurement Errors

TREND-SETTER

Osram expandiert in Indien
Osram Expands in India

PRACTICE

Lieferantenbetreuung in China
Supplier Support in China



Erfolg in China hat ein Zuhause

Das German Centre ist Ihr Stück Deutschland in Shanghai. In der großzügigen Anlage mit Atrium, Büroflügeln und Apartmentgebäude, umgeben von viel Grün, vereinen sich Arbeiten, Wohnen und Freizeit. Das Areal liegt im Zhangjiang Hi-Tech Park in Pudong. Die Metro und das neue Messezentrum SNIEC sind ganz in der Nähe. Die 33.000 m² Büro- und Ausstellungsflächen – gebaut im Grade A-Standard – sind flexibel nutzbar. Sie mieten Einheiten schon ab 29 m² netto. Ein Business Centre und professionelle Infrastruktur runden das Angebot für Sie ab. Im 11.000 m² großen Apartmentgebäude bieten wir Ihnen zusätzlich komfortable Wohnungen sowie hochwertige Club- und Freizeiteinrichtungen.

www.germancentreshanghai.com – einfach ankommen, auspacken und loslegen.



GERMAN CENTRE
FOR INDUSTRY AND TRADE

SHANGHAI

ARGUMENTE ZU ASIEN GEFRAGT ARGUMENTS FOR ASIA NEEDED

Globalisierung rückt den strategischen Einkauf in eine neue Rolle – im Unternehmen und immer mehr auch in der öffentlichen Wahrnehmung. Einkäufer sind weltweit als Pfadfinder in Sachen Kostensenkung und Wettbewerbsfähigkeit unterwegs. In den Wachstumsmärkten stehen sie im engen Kontakt zu den Lieferanten. So sehen sie manchmal genauer und früher als die Kollegen vom Vertrieb, was die globalen und zunehmend auch die lokalen Konkurrenten so vorhaben. Damit werden Einkäufer zu gesuchten Gesprächspartnern in den Unternehmen.

Der neue Dialog mit dem Management beschränkt sich nicht mehr auf Berichte, wann, wo und wie Kostensenkung möglich ist. Die globale Expertise im Einkauf hilft den Vorständen in der Kommunikation: Wenn sie die Produktion auf die neuen Partner in Asien und deren Unternehmenskultur vorbereiten. Wenn den Mitarbeitern – und der Öffentlichkeit – Perspektiven von Aus-

landsinvestitionen und Auslagerungen erklärt werden müssen. Und auch für die Diskussion mit heimischen Lieferanten braucht es gute Argumente.

sourcing_asia liefert Analysen und Anregungen für den Einkauf und die Unternehmensentwicklung. Wie Unternehmen hier und vor Ort mit den neuen Herausforderungen umgehen – dazu finden Sie auch in der aktuellen Ausgabe Berichte und Interviews. Dem ZVEI und dem Ostasiatischen Verein (OAV) als Partnern der Sonderbeilage zu Indien danken wir für die Zusammenarbeit. Beide Organisationen der Wirtschaft begleiten ihre Mitgliedsfirmen proaktiv in die Wachstumsmärkte, organisieren dort Netzwerke und regen die Diskussion über die Zukunftsfähigkeit an. sourcing_asia ist für Initiativen und Denkanstöße ein offenes Forum.

As a result of globalisation, the role of strategic purchasing has changed – within the company and in the public's perception. Purchasing managers are pathfinders for cost reduction and competitiveness. In growth markets they are in close contact with suppliers. They sometimes know earlier than their colleagues in the sales department of the plans of global – and increasingly – local competitors. Purchasing managers thus become sought-after partners for strategic discussions within the company. The new dialogue with management is no longer limited to reporting when, where and how cost reductions are possible. The global sourcing expertise assists CEOs in their communication: When they prepare the company for the new partners in Asia and their company culture. When prospects for foreign investment and outsourcing have to be explained to employees – and the public. For the discussions



HANS GÄNG
HERAUSGEBER PUBLISHER

with domestic suppliers good arguments are also needed.

sourcing_asia provides analysis and ideas for purchasing and company development. As in every issue, articles and interviews demonstrate how companies here and abroad deal with the new challenges. We thank the German Electrical and Electronic Manufacturers' Association (ZVEI) and the German Asia-Pacific Business Forum (OAV) as partners of the special supplement on India for the excellent cooperation. Both business organisations proactively accompany their member companies to the growth markets, organise their networks there and stimulate debate about future prospects. sourcing_asia is an open platform for initiatives and ideas.

IMPRESSUM IMPRINT

Herausgeber Publisher
local global GmbH
Marienstraße 5, D-70178 Stuttgart
Phone: +49 711/225588-0
Fax: +49 711/225588-11

Redaktion Editorial Staff
Stefan Brunner
Phone: +49 711/225588-44
brunner@localglobal.de

Abonnement Subscription
Annina Gratzky
Phone: +49 711/225588-24
gratzky@localglobal.de

Anzeigen Advertisements
Fran Barcanec
Phone: +49 711/225588-20
fran@localglobal.de

Layout Olga Lukomska
Titelseite Cover Christoph Schulz-Hamparian
Print: J.F. Steinkopf Druck GmbH, Stuttgart
Cover Photo: local global

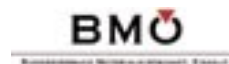
ABONNEMENT SUBSCRIPTION

www.sourcing-asia.de

JAHRESABONNEMENT ANNUAL SUBSCRIPTION

Germany **166,00 Euro** plus VAT.
Europe **208,00 Euro** plus VAT.
Overseas **226,00 Euro** plus VAT.
Copy price: **15,00 Euro** plus delivery

**KOOPERATIONSPARTNER
IN COOPERATION WITH**



ABO-SPECIAL:
10% Rabatt
bis 30.04.2007
Mitglieder des ZVEI und OAV erhalten 10% Rabatt auf die Bestellung eines Abonnements bis 30.04.2007.
Sofort registrieren unter
www.sourcing-asia.de/abo



INDER DRÄNGEN NACH EUROPA *INDIANS GO EUROPE*

06 Autozulieferer suchen neue Technologien und höhere Marktanteile.
Auto suppliers are looking for new technologies and higher market share.



TREND

- 06 Hello Europe! Autozulieferer aus Indien drängen in den Westen
[Hello Europe! Indian Auto Suppliers Head to the West](#)
- 10 Offshoring: Ungenutzte Potenziale
[Offshoring: Unexploited Potentials](#)

TREND-SETTER

- 12 Ganzheitlicher Ansatz: Osram expandiert in Indien
[Holistic Approach: Osram Expands in India](#)

PRACTICE

- 14 Zentrale Steuerung: Transparenz im China-Einkauf
[Central Control: Transparency when Sourcing in China](#)
- 16 Lieferantenbetreuung in China
[Supplier Support in China](#)

NEWS

- 18 Automobilproduktion: China in der Pole-Position
[Automobile Production: China in Pole Position](#)
- 22 Chinas Ausstoß an Mobiltelefonen wächst rapide
[Chinas Mobile Phone Output Increases Rapidly](#)
- 18 Autoelektronik: Asiaten verschärfen Konkurrenzdruck
[Auto Electronics: Asians Intensify Competitive Pressure](#)
- 23 Einfuhren aus China steigen weiter kräftig
[Imports from China still Rising Strongly](#)
- 19 Behr eröffnet neues Produktionswerk in Indien
[Behr Opens new Production Plant in India](#)
- 29 Shanghai ist nicht China: Einkaufsirrtümer im Reich der Mitte
[Shanghai is not China: Procurement Errors in China](#)
- 20 DHL startet Luftfrachtdienst in China
[DHL Launches Airfreight Service in China](#)
- 32 Mumbai: Indiens Wirtschaftszentrum
- 21 Cargo-Partner expandiert nach Indien
[Cargo-Partner Expands to India](#)

STRATEGY

BUSINESS TRAVEL



SHANGHAI IST NICHT CHINA *SHANGHAI IS NOT CHINA*

29 Die Vielfalt Chinas muss auch beim Sourcing berücksichtigt werden.
China's diversity must be considered when sourcing there.



DIE ASIATEN KOMMEN *ASIA IS ON ITS WAY*

44 Auf der CeBIT präsentieren die Länder aus Fernost ihre digitalen Innovationen.
At this year's CeBIT, the countries from Far East present their digital innovations.

SERVICE

- | | |
|--|---|
| <p>34 GPS:
Unternehmerreise: Einkäufer entdecken Indien
Business Trip: Buyers Discover India</p> <p>36 ARAIA:
Warengruppenprofil Die Forgings
Commodity Group Die Forgings</p> <p>38 costdata:
Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis berechnen Calculating the Best Price Performance Ratio</p> <p>39 Veranstaltungen zur Außenwirtschaft
Foreign Trade Events</p> <p>40 Preise und Indizes
Prices and Indices</p> | <p>42 Messen in Asien: die kommenden Events Exhibitions in Asia: the Upcoming Events</p> <p>44 Die Asiaten kommen: CeBIT bietet Einkäufern breites Spektrum
Asia is on its way: CeBIT Offers a Wide Range of Products to Buyers</p> <p>46 Asia Pacific Sourcing wächst: Zwei flankierende Kongresse
Asia Pacific Sourcing is Growing: Two Accompanying Congresses</p> <p>48 AchemAsia fördert Biotechnologiepartnerschaften
AchemAsia Promotes Biotech Partnerships</p> <p>50 Termine</p> |
|--|---|



**ASIA IN
BERLIN
FEB.07**

BUSINESS, SCIENCE, NETWORKS

- | | |
|---|--|
| <p>25 EDITORIAL
Völker, hört die Signale – Zhè shì zuihòu de dòuzhèng
So, comrades, come rally – Zhè shì zuihòu de dòuzhèng</p> | <p>26 Berliner Wasser-Know-how für China
Berlin's Water Know-How in China</p> <p>28 China - Go West: Architektenreise
China - Go West: Trip for Architects</p> |
|---|--|

IN KOOPERATION MIT DEM ASIEN-PAZIFIK-FORUM BERLIN (APFB)
IN COOPERATION WITH THE ASIA-PACIFIC-FORUM BERLIN (APFB)



© BOSCH

NEUE TECHNOLOGIEN UND HÖHERE MARKTANTEILE NEW TECHNOLOGIES AND HIGHER MARKET SHARE

INDISCHE ZULIEFERER DRÄNGEN NACH EUROPA INDIAN SUPPLIERS GO EUROPE

ARTICLE: CHRISTIAN BLANK DIRECTOR AUTOMOTIVE, IIC – INDUSTRIAL INVESTMENT COUNCIL, BERLIN

ANA MARIA QUIJANO WITTEMANN SENIOR MANAGER AUTOMOTIVE, IIC – INDUSTRIAL INVESTMENT COUNCIL, BERLIN

IN DEN VERGANGENEN JAHREN waren die ausländischen Direktinvestitionen (Foreign Direct Investment – FDI) in Indien, und speziell in die indische Automobilindustrie, eines der beherrschenden Themen. Es ist interessant, dass den aus Indien kommenden Investitionen – bisher – relativ wenig Beachtung geschenkt wird. Denn diese haben stark zugenommen: 2005 hatten 50 Prozent aller indischen Auslandsgeschäfte Europa zum Ziel.

FOREIGN DIRECT INVESTMENT (FDI) into India, but particularly into the Indian automotive industry, have been one of the major topics in the last few years. It is interesting that – so far – relatively little attention has been paid to Indian outgoing investments. Europe in particular has seen a fast growth of Indian investment – 50 per cent of all Indian outbound deals occurred in Europe in 2005.

Der Kauf von Arcelor durch Mittal Steel und eine Reihe anderer großer Transaktionen in verschiedenen Branchen haben in letzter Zeit das Bewusstsein für den starken Trend zur Internationalisierung indischer Unternehmen geschärft. Einem Bericht von Grant Thornton zufolge fanden 50 Prozent aller indischen Auslandsgeschäfte im Jahr 2005 in Europa statt. Unsere Erfahrung bei der Durchführung von Di-

rektinvestitionen internationaler Unternehmen in Deutschland sowie die beobachteten Trends zeigen, dass es ein großes Potenzial für weitere und verstärkte Aktivitäten indischer Unternehmen in Europa und besonders in Deutschland gibt.

Bharat Forge und Mahindra & Mahindra sind nur zwei der indischen Investoren auf dem Automobilsektor, an die man denkt, wenn es um indische

The acquisition of Arcelor by Mittal Steel and a number of other large transactions in different industries have recently increased awareness regarding the fast trend of internationalisation of Indian companies. According to a report by Grant Thornton, 50 per cent of all Indian outbound deals occurred in Europe in 2005. Our experience supporting direct investments of international companies in Germany,

and the observed trends indicate that there is strong potential for further and increasing activities of Indian companies in Europe and particularly in Germany.

Bharat Forge und Mahindra & Mahindra are just two of the Indian automotive investors that might come to your mind when thinking about Indian automotive investments in Germany. Between 2003 and 2006 nine transac-

Investitionen in den deutschen Kfz-Markt geht. Zwischen 2003 und 2006 gab es bereits neun Transaktionen in der Branche (siehe Tabelle auf Seite 8). Ein gemeinsamer Aspekt aller Projekte ist, dass alle investierenden Unternehmen Tier 1-Lieferanten sind und die Investition jeweils durch den Kauf einer Aktienmehrheit zustande kam. Keine Investition betraf den Wiederaufbau stillgelegter Werke oder den vollständigen Neubau eines Werks. Einige dieser Investoren planen allerdings entweder Erweiterungen ihrer deutschen Werke oder weitere Zukäufe. Die meisten Unternehmen begannen ihre europäischen Aktivitäten mit der Aufnahme des Geschäftsbetriebs in Großbritannien, wie dies die Mehrzahl der indischen Unternehmen zwischen 1997 und 2004 tat. In diesem Zeitraum flossen 58 Prozent aller indischen Direktinvestitionen in Europa nach Großbritannien und nur neun Prozent nach Deutschland. Das wachsende Interesse an Deutschland wird von der Notwendigkeit bestimmt, an neue Technologien zu gelangen, den Weltmarktanteil zu erhöhen und an Profil in der internationalen Automobilindustrie zu gewinnen

DEUTSCHES INVESTITIONSKLIMA WIRKT ANZIEHEND

Die Bewertung der deutschen Operationen dieser Unternehmen ist durchaus schwierig, und für endgültige Aussagen über deren Erfolg ist es wahrscheinlich noch zu früh. Mit Ausnahme des Erwerbs der Firma Carl Dan Peddinghaus, die bereits vom Insolvenzverwalter geleitet wurde, wurden all diese Transaktionen erst 2005 und 2006 getätigt. Die erworbenen Unternehmen befinden sich gerade im Prozess der Eingliederung in die globalen Operationen der jeweiligen Investoren. Was man bereits beobachten kann, ist der Grad der Zufriedenheit der Investoren mit dem in Deutschland vorgefundenen Investitionsumfeld und der Vergleich mit deren Erwartungen bei der Bewertung der Zukäufe. Nach unseren Untersuchungen schätzen indische Unternehmen

in Deutschland die hohe Produktivität ihrer deutschen Zielunternehmen sowie die Qualifikation der Ingenieure und die Managementfähigkeiten. Ebenfalls positiv bewertet werden die Vorteile der deutschen Infrastruktur und die eher unternehmerfreundliche deutsche Bürokratie.

DIE KOSTEN DER ARBEIT SIND NICHT ENTSCHEIDEND

Keine Überraschung stellt die Tatsache dar, dass für indische Unternehmen die Arbeitskosten zu den Nachteilen des Standorts gehören. Da jedoch deren Entscheidungen nicht aus Gründen des Kostendrucks, sondern aus strategischen Erwägungen hinsichtlich der internationalen Positionierung heraus getroffen wurden, spielt dieser Faktor eine nachgeordnete Rolle, was die Zufriedenheit mit dem deutschen Geschäftsumfeld angeht. Die indischen Investoren behaupten sogar, dass der teure Standort Deutschland ihnen dabei hilft, die Vorteile ihrer kostengünstigen Produktionsbasis in der Heimat voll auszuschöpfen.

Einer der von den Unternehmen bemerkten positiven Effekte ist die Möglichkeit, Aktivitäten und Operationen neu zu strukturieren, um die Gesamtkosten zu senken. Entgegen der allgemein in Deutschland geäußerten Befürchtungen haben wir allerdings keine Hinweise darauf, dass deutsche Arbeitsplätze massenhaft in Richtung Indien abwandern. Die Zahlen lassen vielmehr darauf schließen, dass die Zahl der bei diesen Firmen beschäftigten Mitarbeiter unverändert geblieben oder sogar um 10 bis 20 Prozent gestiegen ist. Indische Unternehmen verfolgen eine langfristige Strategie in Europa und ihre Investitionen scheinen auch in puncto Schaffung von Arbeitsplätzen auf Nachhaltigkeit ausgelegt zu sein.

Der kulturelle Unterschied wird bei den meisten internationalen Transaktionen thematisiert, darin war der Fall der indisch-deutschen Kooperationen keine Ausnahme. Insbesondere die Flexibilität deutscher Arbeitnehmer wurde ►

tions already occurred in the industry (see table on page 8). One common aspect to all these projects is the fact that all investing companies are tier 1 suppliers and that the form of investment has been exclusively an acquisition of the majority of shares. There have been no brownfield or even greenfield investments. But a few of these investors are either planning expansions of their German plants or new acquisitions. Most of these companies started their European activities by setting up operations in the United Kingdom (UK), as most Indian companies did between 1997 and 2004. During that period 58 per cent of all Indian direct investments into Europe were directed to the UK, while only nine per cent made it to Germany. The growing interest in Germany is being driven by the need to acquire new technology, increase global market share, and gain visibility in the international automotive industry.

SATISFACTION WITH THE GERMAN INVESTMENT ENVIRONMENT

It is quite challenging to evaluate and probably too early to make definite statements about the success of the German operations of these companies. With the exception of the acquisition of Carl Dan Peddinghaus which was under an insolvency administrator, all of these are very recent deals signed between 2005 and 2006. The acquired companies are currently in the process of being integrated within the investors' global operations. What can already be observed is the degree of satisfaction of the investors with the investment environment that they have found in Germany, and how it compares to their expectations when evaluating their acquisitions. According to our research, Indian companies in Germany value the high productivity of their German target companies as well as the qualification of engineers and management skills. Also rated positively are the advantages of German infrastructure, and rather friendly German bureaucracy.

It is no surprise that Indian companies regard the cost of labour as one of the major location disadvantages. Nevertheless, as their decisions have not been driven by cost pressures, but by strategic considerations about their future international positioning, this factor plays a less important role in the overall satisfaction with the German business environment. In fact, through a higher end location in Germany, Indian investors say they can better leverage the advantages of their low cost production base at home.

One of the positive effects realised by the companies is the opportunity to re-organise activities and operations to reduce total costs. However, and contrary to the general concern in Germany, we have no evidence that supports the idea of large scale drainage of German jobs in direction to India. The figures suggest that so far, companies have either kept the same number of employees or even increased it by ten to 20 per cent. Indian companies follow a long term strategy in Europe and their investments seem to turn out to be sustainable also in terms of job creation.

Issues about cultural differences are common to most international transactions, and the case of Indo-German co-operations has been no exception. Particularly, Indian companies have singled out flexibility of German workers as an area of improvement. On the positive side, they value the German precision and reliability. This has facilitated the implementation of decentralised structures and the reliance on the local management of the companies acquired. Convincing customers of the benefits of their investment in Germany has not been a problem by any of the current investors. The integration represents better customer service and potential cost advantages in Europe coupled with technology spillovers to India, where most manufacturers have or plan large scale production.

Nine acquisitions of German automotive suppliers by Indian companies in the last four years is clearly not ►



von den Indern als verbesserungswürdig angesehen. Auf der anderen Seite schätzen sie die deutsche Genauigkeit und Zuverlässigkeit. Diese Konstellation beförderte die Einrichtung dezentralisierter Strukturen und das Vertrauen in das lokale Management der erworbenen Firmen. Kein Problem für die derzeitigen Investoren war, die Kunden vom Nutzen ihrer Investitionen in Deutschland zu überzeugen. Die Integration verbessert den Kundenservice und ermöglicht potenzielle Kostenvorteile in Europa, gekoppelt mit Technologietransfers nach Indien, wo die meisten Hersteller die Massenfertigung bereits eingeführt haben oder dies planen.

DIE GESCHWINDIGKEIT DER INVESTITIONSTÄTIGKEIT STEIGT

Neun Zukäufe deutscher Automobilzulieferer durch indische Unternehmen in den vergangenen vier Jahren sind eindeutig nicht ausreichend, um von einem Trend zu sprechen und eine Vielzahl weiterer Transaktionen in der Zukunft vorherzusagen. Wenn man jedoch indische Lieferanten verschiedener Größe, die noch kein Geld in ihre Investitionspläne der Zukunft gesteckt haben, fragt, stellt sich schnell heraus, dass sich die Geschwindigkeit der indischen Investitionstätigkeit erhöhen wird und die deutschen Automobilzulieferer sich daran gewöhnen werden, indische Unternehmen zu ihren Anteilseignern zu zählen. Die vorläufigen Ergebnisse einer Untersuchung bei über 60 kleinen, mittleren und großen indischen Unternehmen zeigen, dass im Durchschnitt jede dritte dieser Firmen zwischen 2007 und 2010 den Aufbau einer deutschen Niederlassung plant, vor allem für die Endmontage von in Indien hergestellten Rohteilen.

MEHRERE ZIELSETZUNGEN

Mithilfe einer deutschen Tochtergesellschaft streben die indischen Unternehmen unter anderem den Zugang zu neuer Technologie, die Erweiterung

des Produktportfolios, stärkere Präsenz und besseres Image sowie die Verbesserung der in Indien selbst genutzten Technologien. Vielfach werden jedoch Schwierigkeiten erwartet, wenn bestehenden Kunden der Nutzen eines Zukaufs in Deutschland erklärt werden soll, der im Gegensatz zu den Erfahrungen von Unternehmen steht, die bereits hier sind. Das kann im Fall von Lieferanten zutreffen, die über keine eigenen Entwicklungskapazitäten verfügen. Einige der Hersteller, mit denen wir über dieses Thema gesprochen haben, messen der in Europa stattfindenden Lokalisierung indischer Entwicklungsaktivitäten einen höheren Wert zu als der Produktion. Die vielversprechendsten Projekte aus der Perspektive europäischer Kunden bestehen in der Kooperation indischer Zulieferer mit deutschen Engineering-Dienstleistern und Entwicklungslieferanten. Dies ist besonders interessant, da die bestehenden Investoren vorwiegend deutsche Unternehmen mit eigenen Entwicklungsaktivitäten und mit stark wertbildenden Aktivitäten gekauft haben.

Vielfach waren Entwicklungsaktivitäten in unserer täglichen Arbeit eine Grundbedingung bei der Identifizierung möglicher Akquisitionsziele. Ein eindeutiger Trend in Richtung Internationalisierung der indischen Forschung und Entwicklung (FuE) ist noch nicht abzusehen, auch nicht für die großen Direktlieferanten. Auf der Basis unserer Gespräche mit potenziellen und bestehenden indischen Investoren in der Fahrzeugkomponentenindustrie glauben wir fest daran, dass die Zahl der indischen Investitionen in Deutschland sich in den kommenden vier Jahren deutlich erhöhen wird und diese Investitionen vor allem in Form von Zukäufen oder Joint Ventures erfolgen werden.

Verfügbare Mittel und Zugang zu Finanzierungen auf der indischen Seite, die auf einer sich gut entwickelnden Fahrzeugkomponentenindustrie basieren, sowie die Notwendigkeit nach

Ein eindeutiger Trend in Richtung Internationalisierung der indischen Forschung und Entwicklung (FuE) ist noch nicht abzusehen.

internationalem Wachstum drängen Indien in diese Richtung. Das Bedürfnis, neue Technologien zu erwerben und die Präsenz in den entwickelten Automobilmärkten zu stärken, tragen ihren Teil zu dieser Bewegung bei.



ACQUIRER		TARGET COMPANY		
Year	Company	Company	Percentage	
2003	Bharat Forge Ltd	Carl Dan Peddinghaus GmbH & Co. KG	100%	
2004	Bharat Forge Ltd	CDP Aluminiumtechnik GmbH & Co. KG	100%	
2005	Amtek Auto Ltd	Zelter GmbH	70%	
2005	Sundram Fasteners Ltd	Peiner Umformtechnik GmbH	100%	
2005	Tata AutoComp Systems Limited (TACO)	Wündsch-Weidinger GmbH Kunststofftechnik und Formenbau	100%	
2005	Motherson Sumi Systems Ltd	G+S Kunststofftechnik GmbH	100%	
2005	Motherson Sumi Systems Ltd	Reiner Präzision GmbH	100%	
2006	Mahindra & Mahindra Ltd	Jeco Holding AG	67.9%	
2006	Mahindra & Mahindra Ltd	Schöneweiss & Co GmbH	100%	

Effizienz ist der Schlüssel für die positiven Assoziationen mit dem deutschen Geschäftsumfeld. Nicht überraschend ist die Überzeugung der Geschäftsleitungen indischer Zulieferer, von den Deutschen und den deutschen Unternehmen in den Bereichen Planung, Genauigkeit, Engagement, Pünktlichkeit und Massenfertigung lernen zu können, während sie glauben, den Deutschen bei der unternehmerischen Einstellung und der Flexibilität Vorbild sein zu können.

Insgesamt gesehen ist es noch zu früh, um den Erfolg der jüngsten indischen Investitionen in Deutschland beurteilen zu können. Die ersten Anzeichen sind allerdings positiv, und wir sehen,

dass viele indische Automobilzulieferer den Pionieren auf dem Weg nach Deutschland folgen wollen. Die deutsche Industrie und die Regierung begrüßen das zusätzliche indische Engagement in Deutschland, da es kleinen und mittelständischen Zulieferern das benötigte Kapital verschafft und dadurch keine Arbeitsplätze ins Ausland abwandern, sondern im Gegenteil deren Präsenz in Deutschland sich langsam zu steigern scheint. ☉



© FEITO

Acquisition price	Employees	Product
€ 29 Mio	790	Chassis components in steel and powertrain (camshafts, connecting rods and pistons for truck engines)
€ 6.3 Mio	130	Aluminium-forged components used in passenger cars and other automotive applications
€ 28 Mio	430	Turbocharger housings, steering parts, wheel hubs and exhaust manifolds
€ 14 Mio	325	Standard and special fasteners for the automobile, industrial and construction segments
€ 4 Mio	270	Tool shop, precision injection moulding, surface enrichment and assembly operations
€ 2 Mio	70	Injection-molded parts ranging from 2K-injection-molding up to partly molded insert parts.
n.a.	n.a.	Metal turning and plastic-metal combined parts.
€ 140 Mio	850	Gear boxes, engine and axle parts, hubs, gears and piston heads
estimated: € 60-150 Mio	550	Rough and machined drop forgings producers of front axle/ beams

SOURCE: IIC (INDUSTRIAL INVESTMENT COUNCIL) RESEARCH

▼ enough evidence to talk about a trend and to predict a multitude of further transactions in the future. However, when asking Indian suppliers of different sizes that have not yet invested about their future investment plans, it quickly turns out that the speed of Indian investment activities will increase and that the German automotive supplier industry will get used to the idea of having Indian companies as their shareholders.

Preliminary results of a survey conducted among more than 60 small, medium-sized, and large Indian companies show that on average one in three consider to set up a German operation between 2007 and 2010, main-

ly for final assembly of raw parts made in India. At the same time, it has to be said that about one out of four plans no investment projects in Europe in the near future. In most cases this applies to companies where the importance of exports to Europe is small compared to their Indian sales, or where they have established joint ventures with European firms.

Germany as an investment location ranks well above alternative locations like the United Kingdom, Poland and Czech Republic, which again seems to be related to the strength of existing customer contacts going along with a strong German automotive industry. Germany has a positive image among

potential Indian investors in terms of qualification of engineers, productivity, management skills, infrastructure and quality of life. The majority consider these factors better than in India. The availability of labour, flexibility of workers and interestingly the union activities are considered neutral and similar to the business environment in India. Considering which objectives could be fulfilled with a German subsidiary, the acquisition of new technology, the

A clear trend towards the internationalisation of Indian research and development (R&D) cannot yet be identified.

expansion of the product portfolio, an increase in visibility and improvement of image, and the enhancement of their own technology in India, are in this order the most frequently mentioned. However, many expect difficulties when considering to sell existing customers the benefits of a German acquisition, which contrasts with the experience of companies already here. This might be true for suppliers without a strong engineering capability. Some of the manufacturers we have talked to about this issue see a higher value in the localisation in Europe of Indian development activities rather than production. The most promising projects from the European customer perspective involve the cooperation of Indian suppliers with German automotive engineering companies, or suppliers established as development partners. This is particularly interesting as the existing investors have mainly acquired companies in Germany with own development activities as well as high value added activities.

Development activities have many times been a search requirement for the target identification in our daily work. But a clear trend towards the internationalisation of Indian research and development (R&D) cannot yet be identified, not even for the larger tier

1 suppliers. Based on our discussions with potential and existing Indian investors in the automotive components industry, we strongly believe that the number of Indian investments in Germany will clearly increase over the next four years and that these investments will be mainly in the form of acquisitions or joint ventures. Available cash and access to financing on the Indian side resulting from a well developing automotive components industry and the need to grow internationally push Indian companies in this direction. The need to acquire new technologies and to increase visibility in the developed automotive markets contribute their own share to this move.

LEARNING FROM EACH OTHER

Regarding the business environment, Indian automotive investors see the cost of labour as the main disadvantage in Germany, even though this fact does not keep them away from further investments as strategic intentions are clearly in the foreground. Efficiency is the keyword for positive associations with the German business environment. Not surprisingly, Indian automotive supplier executives believe that Indians can learn from Germans and German companies in the areas of planning, precision, commitment, timeliness and high-volume production, whereas they are convinced that Germans can learn entrepreneurship and flexibility from the Indian side.

Overall, it is too early to judge the success of the latest Indian investments in Germany. However, first indications are positive and we see that many of the Indian automotive suppliers are planning to follow their first movers to Germany. The German industry as well as the government will welcome additional Indian investments flowing into the country as they provide needed equity to small and medium-sized suppliers and do not shift jobs offshore but on the contrary seem to slowly increase their presence in Germany. ☉

MEHR ALS NUR KOSTENVORTEILE MORE THAN JUST COST ADVANTAGES

OFFSHORING: UNGENUTZTE POTENZIALE

OFFSHORING: UNEXPLOITED POTENTIAL

ARTICLE: STEFAN BRUNNER LOCAL GLOBAL

PARADIGMENWECHSEL IM GLOBALEN OFFSHORING: Standen mehrere Jahre lang Kostenvorteile bei der Verlagerung einfacher Prozesse in Niedriglohnländer im Fokus, bedienen sich nun immer mehr Firmen des globalen Arbeitsmarktes, um auf hoch qualifizierte Fachkräfte zurückzugreifen.

Zu diesem Ergebnis kommt die Strategie- und Technologieberatung Booz Allen Hamilton in einer Studie, die sie gemeinsam mit Duke CIBER und der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung (WHU), Vallendar, im Jahr 2006 durchgeführt hat. Von den 70 untersuchten deutschen Unternehmen haben laut Booz Allen Hamilton fast zwei Drittel bereits Offshoring-Aktivitäten gestartet. 80 Prozent würden vorrangig das Ziel verfolgen, Kosteneinsparungen zu realisieren. Die meisten (67 Prozent) würden dies mit dem steigenden Wettbewerbsdruck begründen. Der Zugang zu qualifiziertem Personal sei dabei nur für die Hälfte der deutschen Unternehmen (52 Prozent) von Bedeutung. Damit würden sie noch nicht dem internationalen Trend folgen, Offshoring zur Besetzung hoch qualifizierter Fachkräfte zu nutzen – im Gegensatz zu den immerhin 69 Prozent der US-amerikanischen Unternehmen. „Für Unternehmen in Industrienationen wurde es in der Vergangenheit zunehmend schwierig, ausreichend gut ausgebildete Ingenieure und Naturwissenschaftler zu finden“, sagt Stefan Stroh, Geschäftsführer bei Booz Allen Hamilton. „Offshoring ist eine Möglichkeit, neue Talente einzubinden und damit das unternehmerische Wachstum nicht zu beeinträchtigen. Auch in Deutschland wird dies in den kommenden Jahren verstärkt in den Vordergrund rücken.“

Die deutschen Unternehmen streben für ihre Offshoring-Projekte in ande-

re Zielländer als die US-Firmen, teilt Booz Allen Hamilton weiter mit. Während 45 Prozent aller Verlagerungen nach West- oder Osteuropa und nur 19 Prozent nach Indien gingen, würden sich jenseits des Atlantiks 41 Prozent für den asiatischen Subkontinent als Offshoring-Ziel entscheiden, aber nur 14 Prozent für West- und Osteuropa. Durch die lokale Nähe des Offshorings verzichten die Deutschen laut Booz Allen Hamilton auf Einsparungen. Sie würden nur 24 Prozent ihrer Inlandskosten durch Offshoring verringern, während US-amerikanische im Durchschnitt Kostenvorteile in Höhe von insgesamt 38 Prozent verzeichneten. ☉

PARADIGM SHIFT IN GLOBAL OFFSHORING ACTIVITIES: If, for some years, the focus was placed on cost advantages in relocating simple processes to low-cost countries, now more and more companies are making use of the global labour market in order to have access to highly qualified experts.

This is the result of a study jointly conducted by the strategy and technology consulting firm Booz Allen Hamilton, Duke CIBER and the WHU School of Management, Vallendar, in 2006. According to Booz Allen Hamilton, almost two thirds of the 70 German companies examined have already started offshoring activities. For 80 per cent of them cost reduction was the primary goal. Most companies (67 per cent) would give increasing competitor pressure as the reason. Access to qualified personnel was only relevant for about half of the German companies (52 per cent). They would not yet follow the international trend to use offshoring

for recruiting highly-qualified experts – contrary to US companies, of which not less than 69 per cent make use of this opportunity.

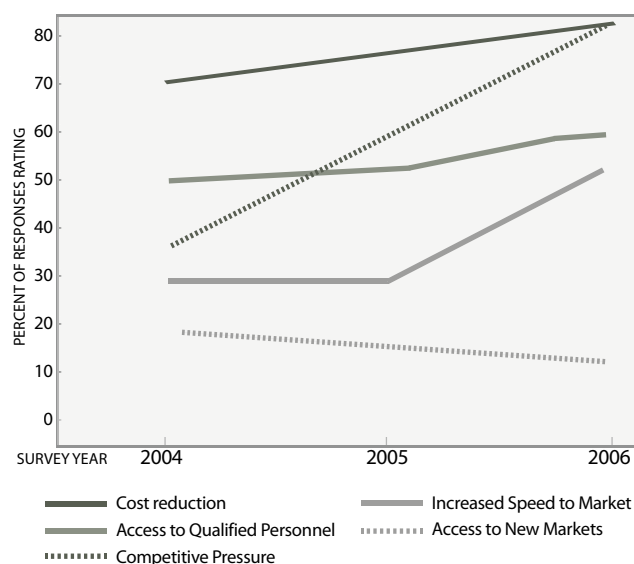
“In the past it has become more and more difficult for companies in industrial countries to find sufficient numbers of well-trained engineers and natural scientists,” says Stefan Stroh, Managing Director with Booz Allen Hamilton. “Offshoring is one way to integrate new talent and thus avoid disturbing corporate growth. Also in Germany this will be an increasingly important factor in the years to come.”

GERMAN COMPANIES TARGET OTHER COUNTRIES THAN US ONES

Booz Allen Hamilton further disclosed that German companies target other countries for their offshoring projects compared to US companies. While 45 per cent of all movements went to Western or Eastern Europe and only 19 per cent to India, 41 per cent of the companies beyond the Atlantic would opt for the Asian subcontinent, but only 14 per cent for Western or Eastern Europe.

By offshoring to geographically close locations, German companies settle for less reductions according to Booz Allen Hamilton. Offshoring would reduce their domestic costs only by 24 per cent, while US companies enjoyed an average cost advantage of 38 per cent in total. ☉

GROWTH RATE OF OFFSHORING DRIVERS OVER TIME



SOURCES: DUKE UNIVERSITY/ARCHSTONE CONSULTING OFFSHORING RESEARCH NETWORK 2004 AND 2005 SURVEYS: DUKE UNIVERSITY/BOOZ ALLEN HAMILTON OFFSHORING RESEARCH NETWORK 2006 SURVEY.

NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM OFFSHORING NEW CHALLENGES IN OFFSHORING

„INDIEN LIEGT NOCH IMMER WEIT VOR CHINA“ “INDIA STILL FAR AHEAD OF CHINA”

INTERVIEW: STEFAN BRUNNER LOCAL GLOBAL

WISSENSINTENSIVE FUNKTIONEN sind in Indien gut aufgehoben, Produktion in China. „Die Auslagerung von Tätigkeiten in Niedrigkostenländer bedeutet für deutsche Unternehmen, sich auf weltweite Arbeitsteilung einzustellen“, sagt Stefan Stroh, Geschäftsführer von Booz

FUNCTIONS WITH A CONCENTRATION ON KNOWLEDGE are in good hands in India, production is in China. “For German companies, the outsourcing of activities to low-cost countries means they have to divide work globally”, says Stefan Stroh, Managing Director of Booz Allen

Sie betonen in Ihrer Studie, dass ein entscheidender Wettbewerbsfaktor künftig sein wird, weltweit die richtigen Talente zu finden und einzusetzen. Wie können Unternehmen diese Herausforderung in der Praxis annehmen?

Zunächst ist es unbedingt erforderlich, dass sich die Unternehmen im Inland auf das arbeitsteilige Produktionsmodell vorbereiten. Das heißt im Wesentlichen, Prozesse und IT-Systeme auf die weltweite Arbeitsteilung auszurichten. Das ist auch für das Personalmanagement eine Herausforderung. Gleichzeitig geht es darum, möglichst frühzeitig Standorte in den wichtigen Arbeitsmärkten der Welt aufzubauen und dort Erfahrungen zu sammeln.

Gehen dadurch Arbeitsplätze in Deutschland verloren?

In absoluten Zahlen muss das nicht zwangsläufig geschehen. Sicherlich kann es dort zu Arbeitsplatzverlusten kommen, wo es primär um Kostensenkung geht. Viele Unternehmen teilen jedoch die Wertschöpfung zwischen onshore und offshore neu auf. Das ist zum Beispiel in den Bereichen Produktdesign oder Produktentwicklung der Fall. Das muss nicht generell zum Abbau von Arbeitsplätzen führen.

Welche Firmenaktivitäten werden vermehrt in Niedriglohnländern ausgelagert?

Unsere Untersuchung zeigt, dass IT-Funktionen und Callcenter mengenmä-

ßig immer noch am häufigsten ausgelagert werden. Allerdings verzeichnet auch das Offshoring von Back-Office-Geschäftsprozessen ein starkes Wachstum. Die Unternehmen konzentrieren sich dabei auf generische Funktionen wie Personal- und Finanzwesen. Darüber hinaus zeigen zum Beispiel Banken und Fluggesellschaften, dass zunehmend industriespezifische Aufgaben ins Ausland abgegeben werden. Auch die Produktentwicklung und das Engineering ist immer häufiger Gegenstand von Offshoring.

„Offshoring muss nicht generell zum Verlust von Arbeitsplätzen in der Heimat führen.“ *“Offshoring does not necessarily have to cost jobs at home.”*

China oder Indien – welches Land ist der attraktivere Offshoring-Standort?

Indien liegt noch immer weit vor China. Will man das differenziert betrachten oder die Ursachen hinterfragen, könnte man generell sagen: Indien wird für wissensintensive Funktionen wie IT, China eher für Produktion ausgewählt. ☉

In a study You emphasize the point that in future a crucial competition factor will be to find and handle the right talents on a global basis. How can companies react to this challenge in practice?

At first it is imperative that companies prepare for a production model based on division of labour in their home market. This means primarily to tune processes and IT systems to the global division of labour. This is also a challenge for personnel management. At the same time it is important to establish in advance locations in major labour markets of the world and gather experience there.

Will this cost jobs in Germany?

In absolute numbers this does not have to be the case automatically. In areas where cost reduction is the prime goal, some jobs may be lost. But many companies will newly allocate the creation of value between onshore and offshore. This happens, for instance, in the product design or product development segments. It is not generally accompanied by job reductions.

Which company activities will be outsourced to a larger extent to low-cost countries?

Our research shows that on a quantity basis IT functions and call centres are still generally outsourced. The largest growth, though, is clearly recorded for offshoring back office business proc-



STEFAN STROH
GESCHÄFTSFÜHRER VON BOOZ ALLEN
HAMILTON VICE PRESIDENT OF BOOZ
ALLEN HAMILTON

esses. In these cases, companies focus on generic functions such as human resources or financing. In addition, examples in the bank and airline sectors show that tasks relating to industry are increasingly being handed over to foreign locations. Also product development and engineering are more and more often offshoring subjects.

China or India – which country is the more attractive offshoring location?

India is still far ahead of China. If there was a need for an in-depth consideration of the reasons, a general statement could read: India is chosen preferably for functions with a concentration on knowledge, such as IT, China is preferred as a production location. ☉

OSRAM PLANT ZWEITE PRODUKTIONSSTÄTTE IN INDIEN

„WIR VERFOLGEN EINEN GANZHEITLICHEN ANSATZ“

INTERVIEW: STEFAN BRUNNER LOCAL GLOBAL

MIT DEM KAUF EINES WERKES im Jahr 1998 hat Osram begonnen, Lampen in Indien zu fertigen. „Die Basis des Erfolgs sind unsere Mitarbeiter“, sagt Fran Piscitelli, Leiter der Regionalorganisation Asien des Münchener Unternehmens.

Wie haben Sie den Wandel von einer traditionell indischen Firma zu einer modernen Produktionsanlage hinbekommen?

Entscheidend war nach der Akquisition, dass wir ein neues Managementsystem eingeführt haben. Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz, der neben dem betriebswirtschaftlichen Erfolg auch Qualitäts- und Umweltstandards sowie soziales Engagement als Ziele festschreibt und die Mitarbeiter in diesen Feldern schult. Seitdem die Mitarbeiter nach dem neuen System arbeiten, ist nicht nur die Produktivität enorm gestiegen, sondern auch die Zahl der Arbeitsunfälle drastisch zurückgegangen. Der enorme Fortschritt wurde auch von externer Stelle anerkannt: Die

unabhängige Zertifizierungsorganisation RINA hat dem Osram-Werk in Sonapat als viertem indischem und weltweit siebtem Unternehmen das Best4-Zertifikat verliehen. Es bescheinigt die Einhaltung der internationalen Standards ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 sowie SA 8000.

Nun planen Sie, ein zweites Werk zu errichten. Warum ist der Standort Indien für Sie attraktiv?

Indien spielt als wichtiges Land im Wachstumsmarkt Asien eine bedeutende Rolle. Mit unseren bisherigen Produktionsaktivitäten in Indien haben wir gute Erfahrungen gemacht. Dabei sind die Mitarbeiter die Basis des Erfolgs. Wir haben in Indien hoch engagierte und leistungsfähige lokale Mitarbeiter, so dass unsere Produkte auch hier Weltstandard haben. Vor diesem Hintergrund haben wir uns für den Bau eines zweiten Werkes, das sich in der Nähe des bestehenden befinden wird, entschieden.

Produzieren Sie dort für den lokalen Markt oder für den Exportmarkt?

Sonapat ist integrierter Bestandteil unserer globalen Supply Chain. Wir

produzieren dort für den regionalen Markt. Insgesamt sind wir in Asien mit Ländergesellschaften und Vertriebsbüros in elf Staaten präsent und produzieren in neun Fabriken.

Expandieren Sie selbstständig oder sind Partner mit im Boot?

Wir haben in der Vergangenheit weltweit sowohl eigenständig expandiert, als auch mit Kooperationen – Welches Modell wir wählen, wird von Fall zu Fall entschieden. Das zweite Werk in Indien errichten wir eigenständig.

Welche Erfahrungen haben Sie mit indischen Lieferanten gemacht? Stimmt die Qualität?

Wir äußern uns grundsätzlich nicht zu unseren Lieferanten. Fakt ist jedoch, dass wir höchste Ansprüche an die Qualität setzen – weltweit.

Wie wirkt sich das Wachstum in Asien auf Ihre Standorte in Europa aus. Sind Arbeitsplätze gefährdet?

Mit dem Bau einer zweiten Fabrik in Asien werden wir unsere Aktivitäten im Wachstumsmarkt Asien stärken – und keinesfalls jene in Europa oder Amerika schwächen. ☺



„Mit unseren bisherigen Produktionsaktivitäten in Indien haben wir gute Erfahrungen gemacht. Dabei sind die Mitarbeiter die Basis des Erfolgs.“

FRAN PISCITELLI
LEITER DER REGIONALORGANISATION ASIEN BEI OSRAM.
DIRECTOR OF THE ASIAN ORGANISATION OF OSRAM.

OSRAM PLANS SECOND PRODUCTION FACILITY IN INDIA

„OUR APPROACH IS AN HOLISTIC ONE“

WITH THE ACQUISITION OF A PRODUCTION PLANT in 1998, Osram began to manufacture lamps in India. „The foundation of our success are our employees“, says Fran Piscitelli, director of the Asian organisation of the Munich based company.

How did you succeed in transforming the traditional Indian company into a modern production plant?

After the acquisition it was essential to introduce a new management system. Our approach is an holistic one which apart of the operational success also

codifies standards of quality, environment and social responsibility and trains the employees in these fields. Since the employees work according to this system, productivity has risen significantly and accidents have drastically diminished. The enormous progress has also been honoured by an external organisation: The independent certification company RINA has awarded the Osram plant in Sonapat with the Best4-certificate as fourth Indian and globally seventh company. It certifies the compliance with the international standards ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 and SA 8000.

You currently plan to establish a second plant. Why is the location India attractive for you?

India plays an important role among the emerging Asian markets. So far we have made good experiences with our production activities in India.

Our employees are the foundation of this success. In India we have highly committed and productive local employees so that our products also reach world standard there.

Against this background we have decided to build a second plant which will be located near the existing one.

Do you produce for the local or export market?

Sonepat is an integrated part of our global supply chain. There, we produce for the regional market. In total we have country organisations and distribution centres in eleven Asian countries and we manufacture in nine Asian plants.

Do you expand on your own or do you involve partners?

In the past we have globally expanded on our own as well as through cooperations – Which model we choose, is decided on a case-by-case basis. We will establish our second Indian plant on our own.

“So far we have made good experiences with our production activities in India. Our employees are the foundation of this success.”

What experiences have you made with Indian suppliers? Is the quality sufficient?

We basically do not make statements about our suppliers. But it is a fact that we have stringent requirements regarding quality – worldwide.

How does growth in Asia affect your locations in Europe? Are jobs at risk?

With the construction of our second factory in Asia we will strengthen our activities in the emerging Asian market, but we will not weaken those in Europe or America at all. ☺



© OSRAM

Osram ist in Asien mit Ländergesellschaften und Vertriebsbüros in elf Staaten präsent. Osram has country organisations and distribution centres in eleven Asian countries.

TRANSPARENZ IM CHINA-EINKAUF **TRANSPARENCY WHEN SOURCING IN CHINA**

„ZENTRALE STEUERUNG ESSENZIELL“ “CENTRAL CONTROL ESSENTIAL”

INTERVIEW: STEFAN BRUNNER LOCAL GLOBAL

DEN EINSPARPOTENZIALEN BEI DER BESCHAFFUNG in China stehen mehrere Herausforderungen gegenüber. Im Interview mit „sourcing_asia“ erklärt Udo Kleemann, Leiter Einkauf Storage & Technology Group EMEA bei der IBM Deutschland, wie diese in den Griff zu bekommen sind.

BUYING IN CHINA OFFERS savings potentials but involves some challenges. Udo Kleemann, Head of Procurement at Storage & Technology Group EMEA, explains in an interview with sourcing_asia, how these can be managed.

Wie muss eine global agierende Einkaufsorganisation aufgestellt sein?
Essenziell ist die zentrale Steuerung. Die Organisation muss einheitliche Richtlinien, Prozesse und Einkaufssysteme

ten unabdingbar. Nur so kann mit kulturellen Besonderheiten des Marktes und sprachlichen Barrieren umgegangen werden. Die lokale Einkaufsorganisation muss darüber hinaus in Geschäftsprozesse eingebettet sein, die einen für das Unternehmen weltweit einheitlichen Rahmen aller Einkaufstätigkeiten definieren. Diese beinhalten sowohl Einkaufsrichtlinien als auch Kenngrößen, die den Erfolg messbar machen. Des Weiteren sollte die Beschaffung von einer operativen hin zu einer strategischen Organisation transformiert werden. In eigens dafür geschaffenen Zentren werden alle operativen Tätigkeiten zentral abgewickelt.

Welche Anforderungen müssen die Mitarbeiter erfüllen?

Die wichtigste fachliche Voraussetzung ist, dass die Einkäufer sich mit den technischen

How does a globally acting purchasing department have to be organised?

Central control is the essential element. The organisation must define standardised guidelines, processes and procurement systems in order to create global transparency. On a corporate level networks are developed and strategic partnerships formed. Beside these criteria a local representation in the purchasing markets is indispensable. This is the only way to deal with cultural features of the market and with language barriers. Additionally, the local purchasing organisation must be integrated in business processes that define a globally uniform frame for all purchasing activities. These include purchasing guidelines as well as parameters for measuring success. Furthermore, procurement should be transformed from an operative to a strategic organisation. All operations will be centrally processed in specially created centres.

musts are knowledge of the English language, intercultural understanding and flexibility with regard to travel and working hours due to collaboration with colleagues in different time zones.

Which opportunities and risks are connected with sourcing in China?

Due to its low labour and material cost level, China is an attractive purchasing market allowing for significant cost savings. Capacity extensions and the expansion of manufacturing locations are usually possible without limitations. Therefore it is possible to respond flexibly to fluctuating sales. With many suppliers, the technological level has risen significantly in recent years. With attractive labour costs on the Chinese market on the one hand there are challenges regarding reliable delivery times. Those can only be managed with a dual source strategy. A thorough analysis of supply chain risks before awarding a contract is extremely important.

The greatest risk is possibly the protection of intellectual property. The contractual safeguarding by means of a confidentiality agreement is the basis. The protected parts of one's own products need to be clearly defined in the contract. But paper doesn't blush. Therefore, the next step must be to build a solid and long-term partnership with the suppliers which can be



UDO KLEEMANN
MANAGER PROCUREMENT, STORAGE/TG EUROPE, BUSINESS
GROWTH DIRECT PROCUREMENT EMEA, IBM CORPORATION,
MAINZ, GERMANY

festlegen, damit globale Transparenz entsteht. Netzwerke werden entwickelt und strategische Partnerschaften auf Unternehmensebene geschlossen. Neben diesen Kriterien ist eine lokale Vertretung in den Beschaffungsmärkten

Besonderheiten und speziellen Anforderungen der von ihnen betreuten Warengruppen auskennen. Dazu kommen die Kenntnis der englischen Sprache, interkulturelles Verständnis sowie Flexibilität bei Reisen und Arbeitszei-

Which employee qualifications are required?

The most important professional prerequisite for a buyer is to understand the technical characteristics and special requirements of the class of goods they are responsible for. Other

ten, bedingt durch die Zusammenarbeit von Mitarbeitern unterschiedlicher Zeitzonen.

Welche Chancen und Risiken sind mit Sourcing in China verbunden?

China ist mit seinem niedrigen Lohn- und Materialkostenniveau ein attraktiver Beschaffungsmarkt, der erhebliche Kosteneinsparungen ermöglicht. Kapazitätserweiterungen und der Ausbau von Produktionsstätten sind meistens ohne Einschränkungen möglich. Somit kann auf schwankende Absatzzahlen flexibel reagiert werden. Das technologische Niveau hat sich in den vergangenen Jahren bei vielen Lieferanten wesentlich verbessert. Den attraktiven Lohnkosten auf dem chinesischen Markt stehen Herausforderungen hinsichtlich der Liefertreue gegenüber. Diese lassen sich mit einer Dual-Source-Strategie bewältigen. Die sorgfältige Analyse der Supply-Chain-Risiken vor der Vergabeentscheidung ist äußerst wichtig. Das vielleicht größte Risiko ist der Schutz geistigen Eigentums. Die vertragliche Absicherung durch Vertraulichkeitsvereinbarungen ist die Basis. Geschützte Teile der eigenen Produkte müssen im Vertrag klar definiert werden. Aber Papier ist geduldig. Der nächste Schritt muss daher sein, mit den Lieferanten eine gute und langfristige Partnerschaft aufzubauen, die für beide Seiten die Basis einer gemeinsamen, erfolgreichen Zukunft darstellt.

Welche Strategie verfolgen Sie?

Die Einkaufsstrategie ist mit der Marketing- und Verkaufsstrategie abgestimmt, das heißt die Einkaufsaktivitäten richten sich an den Absatzmärkten aus. Während Unternehmen oft in der Lage sind, günstige und verlässliche Lieferanten zu finden und Verträge zu schließen, scheitert die Realisierung häufig an der eigenen Organisation. In vielen Fällen werden neue chinesische Lieferanten nicht akzeptiert beziehungsweise nicht genutzt. Wenn Einkauf, Entwicklung, Produktion, Qualität, Logistik und Vertrieb frühzeitig mit eingebunden werden,

„Das technologische Niveau hat sich in den vergangenen Jahren bei vielen Lieferanten wesentlich verbessert.“

“With many suppliers, the technological level has risen significantly in recent years.”

the basis of a common, successful future for both parties.

Which strategy do you follow?

The purchasing strategy is aligned with the marketing and sales strategies, i.e. the purchasing activities are determined by the sales markets. While companies are often in a position to find favourable and reliable suppliers and close in on deals, the implementation will often fail because of their own organisation. In many cases new Chinese suppliers will not be accepted or not be used. A coordinated supply strategy can only be implemented, if purchasing, development, production, quality, logistics and sales are involved early on. Only then can savings in fact be realised.

How do you assure quality?

Quality assurance starts with supplier selection. Suppliers should be ISO certified. Visits on site, monitoring processes, and pre-audits are important to correctly assess the future partner. After awarding the contract a supplier development plan should be jointly developed and continually updated. Further cooperation with the supplier is carried out by a defined self-assessment and audit process, the continuous exchange of quality information and increasing involvement by means of integrated IT systems on all tier levels. ☺

SOURCING SEMINAR

Aktuelles Praxiswissen zur Beschaffung im Reich der Mitte vermittelt das vom Management Forum Starnberg angebotenen Seminar „Lieferanten- und Qualitätsmanagement in China“ am 26. und 27. März 2007 in Frankfurt am Main.

Up-to-date practical knowledge about purchasing in China is the topic of the seminar “Supplier and Quality Management in China” offered by the Management Forum Starnberg on March 26 and 27, 2007, in Frankfurt am Main.

Im Chinesengeschäft erfahrene Referenten, wie zum Beispiel Udo Kleemann von IBM, diskutieren mit den Teilnehmern unter anderem wie Lieferanten identifiziert, ausgewählt und entwickelt werden, Einkaufsstrategien, rechtliche Aspekte, die Logistik- und Transportsituation sowie Qualitätsanforderungen und -management. Ein Ergänzungsseminar am 28. März 2007, ebenfalls in Frankfurt am Main, geht auf „Kommunikation und Verhandlungsführung in China“ ein. Zielgruppe sind Führungskräfte aus den Bereichen Einkauf, Materialwirtschaft, Produktion, Entwicklung, Qualität sowie Projektleiter. Die Teilnahmegebühr für beide Veranstaltungen zusammen beträgt 2.095 EUR.

Speakers with experience in the China business, for example Udo Kleemann from IBM, engage in discussions with the participants on supplier identification, selection and development, purchasing strategies, legal aspects, logistics and the transport situation as well as quality requirements and management. A supplemental seminar on March 28, 2007, also in Frankfurt am Main, elaborates on “Communication and Conduct of Negotiations in China”. The target group are executives in the areas of sales, material management, production, development and quality as well as project managers. The attendance fee for both events is 2,095 EUR in total.

KONTAKT CONTACT

Management Forum Starnberg
Till Grusche
Phone: +49 (0) 8151/2719-37
Fax: +49 (0) 8151/2719-19
till.grusche@management-forum.de
www.management-forum.de

kann eine abgestimmte Lieferantenstrategie umgesetzt werden. Nur dann werden Einsparungen auch ergebniswirksam.

Wie sichern Sie die Qualität?

Die Qualitätssicherung fängt mit der Lieferantenauswahl an. Lieferanten sollten ISO-zertifiziert sein. Besuche vor Ort, die Überprüfung der Prozesse und die Pre-Auditierung sind wichtig, um den zukünftigen Partner richtig ein-

schätzen zu können. Nach der Vergabe sollte ein Lieferantenentwicklungsplan gemeinsam erarbeitet und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Die weitere Zusammenarbeit mit dem Lieferanten erfolgt durch einen definierten Selbsteinschätzungs- und Audit-Prozess, den ständigen Austausch von Qualitätsdaten sowie seine immer engere Einbindung durch integrierte IT-Systeme über alle Zulieferstufen hinweg. ☺

SOURCING IN CHINA

BETREUUNG MACHT DEN UNTERSCHIED SUPPORT MAKES THE DIFFERENCE

ARTICLE: TAMMO KRAUSE-LEIPOLDT PROJECT MANAGER, EAC – EURO ASIA CONSULTING PARTG, MUNICH

BEI DER BESCHAFFUNG IN CHINA sind viele Herausforderungen zu meistern. Es beginnt mit der Selektion der Produkte sowie der systematischen Suche nach qualifizierten Lieferanten. Der vielleicht wichtigste Erfolgsfaktor ist die kontinuierliche Lieferantenbetreuung.

Die Verfügbarkeit ähnlicher Teile bei den identifizierten Lieferanten garantiert noch keine erfolgreiche Beschaffung. Deswegen ist eine detaillierte Definition der gewünschten Abmessungen, Materialien, Beschaffenheiten und anderer Anforderungen in Form eindeutiger Spezifikationen erforderlich. Um Missverständnisse zu vermeiden, sind die Spezifikationen im Vorfeld auf optionale Kriterien („Kann“-Kriterien) und ähnliche Passagen und Vorgaben hin zu überprüfen. Derartige Unklarheiten können die Ursache für unklare beziehungsweise irritierende erste Preis-Quotierungen sein. Nicht zu unterschätzen sind in diesem Zusammenhang auch Kommunikationsprobleme, die durch unklare Übersetzungen der mitunter nur in deutscher Sprache vorhandenen Spezifikationen in die chinesische Sprache entstehen. Die Qualität der Übersetzungen ist ohne eigenes, mit den Produkten vertrautes, zweisprachiges Personal nicht zu sichern. Aus diesem Grund ist unbedingt sicherzustellen, dass die Techniker aus dem Stammhaus mit eingebunden werden.

KOMPLEXITÄTSREDUZIERUNG

Darüber hinaus muss berücksichtigt werden, ob die zu erwartenden Einsparungen und Beschaffungserfolge möglicherweise durch europäisch geprägte Anforderungen in Bezug auf zulässige Toleranzen nivelliert werden. Sonderwünsche und Anforderungen jenseits bekannter DIN-, EN- oder anderer in-

ternationaler Normen verursachen bei chinesischen Lieferanten zum Teil erhebliche Investitionen in zusätzliche Maschinen, die sich zu Projektbeginn in höheren Quotierungen niederschlagen. Vielfach lassen sich durch kleine Anpassungen oder den Verzicht auf bestimmte, unkritische Anforderungen sowie eine Reduzierung der Komplexität ein qualitativ ebenso hochwertiges Produkt bei überproportionalen Einsparungen erzielen.

POTENZIAL AUFZEIGEN

Ähnlich sieht die Situation bei den angefragten beziehungsweise in Aussicht gestellten Mengen aus. Die von europäischen Lieferanten in der Regel zunächst bestellten geringen Mengen zum Test der Lieferantenfähigkeit resultieren vielfach nicht in den gewünschten günstigen Preisen und dem Interesse des chinesischen Lieferanten. Durch frühzeitiges Aufzeigen weiterer Potenziale beziehungsweise Abstellen auf das gesamte Beschaffungsvolumen des Unternehmens können eine höhere Lieferantenmotivation und attraktivere Preis-Quotierungen erzielt werden.

MUSTERFERTIGUNG UND –QUALIFIZIERUNG

Eine regelmäßig auftretende Frage betrifft die Übernahme von Kosten für Zertifizierungen, Formen, et cetera – auch bereits im Liefervorfeld bei der Musterfertigung und –qualifizierung. Hier sollte frühzeitig eine für beide Sei-

WHEN SOURCING IN CHINA, many challenges have to be mastered. These include the selection of products and the systematic search for qualified suppliers. One key to success is continuous supplier support.

The general availability of similar components at the identified suppliers does not yet guarantee successful sourcing. Therefore, it is necessary to precisely define the desired dimensions, materials, consistencies and other requisites in form of clear-cut specifications. To avoid misunderstandings the specifications are furthermore to be screened for optional criteria sections (“can”-criteria). Such ambiguities can be the reason for unclear respectively irritating first price quotations. In this circumstance the communication problems arising from unclear translations into the Chinese language of specifications that sometimes are only available in German language are not to be underestimated. It is very difficult to secure the quality of such translations without own bilingual personnel familiar with the products at stake. Therefore relevant technicians in the headquarter have to be involved in the decision-making process.

REDUCTION OF COMPLEXITY

It also has to be considered whether the expected savings and sourcing results can be achieved at all given European affected demands in terms of permissible tolerances et cetera. Certain special requests and demands going beyond common DIN, EN or other international norms result in significant investments in additional machinery on behalf of the Chinese suppliers manifesting themselves in higher quotations

at project start. Small adaptations or waiving of certain, uncritical requirements and the corresponding reduction in complexity can often achieve a qualitatively similarly good product realising disproportionate cost-savings.

HIGHLIGHTING POTENTIALS

A similar effect can also be achieved through the requested sourcing volumes. The small startup-volumes usually ordered by European suppliers in general to test supply capabilities usually do not result in the desired low prices and the interest of the Chinese supplier. Highlighting future potential and pointing out the total sourcing volume of the cooperation in the initial conversation can help motivate the supplier and help achieve more attractive price quotations.

SAMPLE PRODUCTION AND QUALIFICATION

A typical question coming across is the acceptance of costs for certifications, moulds, et cetera – already during the production and specification of the samples. Here it is essential to find an agreement acceptable to both sides at an early stage. Close communication is to be maintained after the start of sample production in order to recognise evolving difficulties possibly manifesting themselves in continuously postponed delivery dates as early as possible and to solve these issues through close, trustful cooperation with the



© GLOBAL PROCUREMENT SERVICES

ten akzeptable Vereinbarung gefunden werden. Auch nach Anlaufen der Musterfertigung ist eine enge Kommunikation aufrechtzuerhalten, um auftretende Schwierigkeiten, zum Beispiel immer wieder verschobene Lieferzeitpunkte, frühzeitig zu erkennen und in enger, vertrauensvoller Zusammenarbeit mit dem Lieferanten zu lösen. Somit erhöhen sich die Chancen, dass eine bei den ersten Mustern erzielte Qualität auch bei einer späteren Serienproduktion geliefert werden kann.

LOGISTIKVERANTWORTUNG KLÄREN

Spätestens wenn die ersten Muster erfolgreich gefertigt worden sind, muss geklärt werden, wer die Logistikverantwortung trägt. Dabei ist die Festlegung, wer die Transportkosten übernimmt, noch vergleichsweise unkritisch. Das ist üblicherweise in der Quotierung klar geregelt. Bei sensiblen Komponenten und Produkten ist in persönlichen Gesprächen mit den Lieferanten sicherzustellen, dass dieser tatsächlich über einschlägige Erfahrungen mit der Verpackung und dem Transport in Überseemärkte verfügt. Eigene Erfahrungen und Vorstellungen bezüglich der korrekten Verpackung und Verladung sind schriftlich einzubringen. Bei langen Seetransporten und vor allem wenn häufig umgeladen wird, können sonst leicht erhebliche Schäden entstehen. Eine kontinuierliche Betreuung des Lieferanten ist auch in China der Schlüssel

ANFORDERUNGEN AN EIN ERFOLGREICHES LIEFERANTENHANDLING IN CHINA

REQUIREMENTS FOR A SUCCESSFUL SUPPLIER HANDLING IN CHINA

Detaillierte
Spezifikationsabstimmung
Detailed coordination
of the specifications

Komplexitäts-
reduzierung
Reduction
of complexity

Komplexitäts-
reduzierung
Motivation:
Potentials

Vorbereitung Preparation

Prozess Process

Musterfertigung und-
qualifizierung
Sample production
and qualification

Logistik-
verantwortung
Liability
for logistics

Kontinuierliche
Kommunikation
Continuous
communications

SOURCE: EAC

zum Erfolg und somit zum Aufbau einer langfristigen Zusammenarbeit. Nur durch die kontinuierliche enge Kommunikation zwischen den Projektleitern ist die Schaffung eines persönlichen Vertrauensverhältnisses möglich, das in der Folge auch mögliche Verzögerungen in der Entscheidungsfindung im europäischen Headquarter, geänderte Produktanforderungen oder gänzlich andere Planungen aushalten kann.

Abschließend sei der Zeitfaktor erwähnt: Insbesondere auf Seiten junger, dynamischer, privat geführter chinesischer Unternehmen wird spätestens nach drei bis vier Monaten an Gesprächen und Diskussionen der erste Auftrag erwartet. Langwierige Entscheidungs- und Abstimmungsprozesse aufgrund einzubindender Abteilungen und Mitarbeiter sowie zu überwindender interner Widerstände im europäischen Stammhaus stoßen bei den potenziellen Partnern im Reich der Mitte auf Unverständnis. ☉

supplier. Thus, the chances for assuring consistent quality in future series production increase.

LIABILITY FOR LOGISTICS

At the latest when the first samples have been successfully produced the responsibility for logistics must be clarified. Determination of the party responsible for covering the actual transportation costs is comparatively uncritical here as this is commonly clearly stipulated in the quotations. For sensible products and components in particular, a face-to-face discussion with the supplier is mandatory to ascertain that he really possesses the required experiences in packaging and transportation to overseas markets. Furthermore personal experience and views concerning proper packaging and loading also have to be discussed otherwise severe damages can easily occur during long sea transport and in particular if multiple reloading proc-

esses are involved. Here again the key to success and to building up a solid basis for a long-term cooperation is the continuous support of the supplier in China. Only through close and continuous communication between project managers is it possible to create a personal relationship which can outlive potential delays in the decision-making process in European headquarters, changed product demands or entirely modified plans.

In conclusion, the time factor has to be mentioned. In particular young, dynamic and privately managed Chinese companies expect an order after three to four months of discussions and talks at the latest. Long-term decision making and coordination processes between departments and employees involved in the internal decision-making process frequently encountered in European head offices are usually met by a lack of understanding from potential partners in the Middle Kingdom. ☉

AUTOMOBILPRODUKTION
AUTOMOBILE PRODUCTION

CHINA IN DER POLE-POSITION CHINA IN THE POLE POSITION



© DAIMLERCHRYSLER

China ist der wachstumsstärkste Produktionsstandort für Automobile. China is the automobile production location with the highest growth rate.

LOCAL GLOBAL

Die weltweite Automobilproduktion wird 2007 vor allem dank des anhaltenden Wachstums in Asien weiter zulegen. Nach einer aktuellen Prognose von PricewaterhouseCoopers (PwC) rollen im laufenden Jahr gut 66,5 Millionen Pkw aus den Montagehallen und damit etwa 1,9 Millionen mehr als 2006. Allein in der Region Asien-Pazifik steige das Produktionsvolumen um voraussichtlich 1,3 Millionen auf rund 25,77 Millionen Einheiten. Mit einem Plus von geschätzt rund 550.000 Pkw komme 2007 mehr als jedes vierte zusätzlich produzierte Auto aus China. Damit sei das Land mit großem Abstand der wachstumsstärkste Produktionsstandort, gefolgt von der Slowakei. ☺

Thanks to the continuing growth in Asia, the global automobile production is going to increase further in 2007. According to a recent forecast of PricewaterhouseCoopers (PwC) more than 66.5 million cars will leave the assembly lines which is around 1.9 million more than 2006. In the Asia Pacific region alone the production volume will rise by an estimated 1.3 million to ca. 25.77 million units. With an increase of approximately 550,000 cars more than every fourth additionally built car came from China. This made the country by far the production location with the highest growth rate, followed by Slovakia. ☺

2015: EIN DRITTEL ELEKTRONIK IM AUTO

2015: ELECTRONICS ACCOUNT FOR ONE THIRD OF CAR VALUE

ASIATEN VERSCHÄRFEN KONKURRENZDRUCK ASIANS INTENSIFY COMPETITIVE PRESSURE

PRESSETEXT

Navigationsgeräte, automatisch abblendende Rückspiegel oder intelligente Scheinwerfer – Elektronik ist aus dem Auto nicht mehr wegzudenken. Prognosen der Unternehmensberater von Mercer Management Consulting zufolge wird der Markt für Elektrik und Elektronik im Auto bis 2015 jährlich um knapp sechs Prozent zulegen und auf 230 Mrd EUR anschwellen. Dann könnte die Elektronik bereits 30 Prozent des gesamten Fahrzeugwertes ausmachen.

Derzeit sind elektrische und elektronische Bauteile sowie Software rund um den Globus für 20 Prozent des Autowertes verantwortlich. Nach Expertenmeinung werden Europa und Japan in den kommenden Jahren zwar führend bleiben bei Automobilelektronik, müssen sich allerdings zunehmend mit starker Konkurrenz aus Asien messen. „Das bedeutet, dass ein Asien-Engagement für die meisten Hersteller von Autoelektronik Pflicht ist“, betont Stu-

Navigation devices, automatically dipping rear mirrors or intelligent headlights – electronic features have become an integral part of every car. According to forecasts by the consultants of Mercer Management Consulting, the car electrics and electronics market will increase by almost six per cent and reach 230 billion EUR (300 billion USD) by 2015. By then electronics could already account for 30 per cent of the total value of a car. At present

electric and electronic components and software make up 20 per cent of the car value worldwide. According to experts Europe and Japan will remain at the top in the electronics sector but will have to face increasing and tough competition from Asia in the coming years. „This means that an engagement in Asia will be obligatory for most manufacturers of car electronics“, notes the author of the study, Guido Hertel. Also in the field of high tech

INVESTITIONSVOLUMEN VON 17 MIO EUR

17 MIO EUR INVESTMENT

BEHR INDIA ERÖFFNET NEUES PRODUKTIONSWERK

BEHR INDIA OPENS NEW PRODUCTION PLANT

LOCAL GLOBAL

Behr India, ein Gemeinschaftsunternehmen der Behr GmbH & Co. KG und Anand Automotive Systems, hat ein neues Fertigungswerk bei Pune im Bundesstaat Maharashtra eingeweiht. Nach Angaben des Stuttgarter Automobilzulieferers habe man gemeinsam mit Anand zwölf Mio USD in das Projekt investiert. Für 2007 seien weitere Investitionen in Höhe von fünf Mio USD geplant. Auf einer Fläche von etwa 40.000 Quadratmetern sollen zunächst Klimageräte, Kühlmodule und Wärmeübertrager hergestellt werden.

Anlässlich der Werkseinweihung betonte Markus Flik, Vorsitzender der Geschäftsführung von Behr: „Wir wollen Behr India zum Marktführer bei Fahrzeugklimatisierung und Motor- kühlung in Indien machen. Das Unternehmen leistet einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung unseres Ziels, bis Ende 2010 in Asien zehn Prozent des Umsatzes der Behr-Gruppe zu erwirtschaften.“ ☉

Behr India, a joint venture between Behr GmbH & Co. KG and Anand Automotive Systems, has inaugurated its new state-of-the-art manufacturing plant in Chakan in Pune District of Maharashtra. According to the Stuttgart-based automotive supplier the partners have already invested twelve Mio USD in this project in 2006 and envisage a further investment of five Mio USD in 2007. This plant, spread over ten acres, should produce HVAC modules, engine cooling modules and heat exchangers.

Visiting India on this occasion, Markus Flik, Chief Executive Officer of Behr, said: “Our vision is to make Behr India the clear leader in the Indian market in the fields of automotive air conditioning and engine cooling. Behr India is making a key contribution towards achieving the company’s strategic goal, which is to generate ten per cent of the company sales from Asia by the end of 2010.” ☉



Im neuen indischen Werk produziert Behr Klimageräte, Kühlmodule und Wärmeübertrager. In the new plant in India Behr produces HVAC modules, engine cooling modules and heat exchangers.

dienautor Guido Hertel. Auch bei Hightech-Produkten drohe den westlichen Anbietern wachsende Konkurrenz aus Billiglohnländern. Deshalb müsse die Kostensenkung weiter vorangetrieben werden. Als Maßnahmen empfiehlt Hertel etwa ein Vorantreiben der Standardisierung sowie Outsourcing und Offshoring. ☉

products the growing competition from low wage countries will pose a threat to Western suppliers. Thus the cost cutting needs to continue. Recommendable actions could be further standardisation as well as outsourcing and offshoring, says Hertel. ☉

Derzeit exportiert Behr India Wärmeübertrager sowie Kupplungen und kauft Komponenten wie Gussstücke, Teile für Abgaskühler und Kabelbäume für die Behr-Gruppe ein. Deep C. Anand, Vorstandsvorsitzender von Anand Automotive Systems erläutert: „Wir produzieren lokal, garantieren jedoch, dass unsere Produkte den internationalen Standards von Behr entsprechen. Wir brauchen die Nähe zu unseren Kunden. Pune ist einer der wichtigsten Standorte für die Automobilindustrie in Indien. Viele unserer Partner und Kunden sind hier ansässig. Mit der Einweihung des neuen Werks stärken wir unsere Position in einem der wachstumsstärksten Automobilmärkte der Welt.“ ☉

Behr India is currently exporting heat exchangers as well as clutches and also sourcing components like castings, EGR cooler parts and wiring harnesses for Behr worldwide. Deep C Anand, Chairman of Anand Automotive Systems, added: “We manufacture and deliver locally, yet guarantee that our products comply with the same international standards that are synonymous with the Behr brand. Our strategy is to stay physically close to our customers. Pune is one of the most important locations for the automotive industry in India and many of our partners and customers are located here. The inauguration of the new plant brings us even closer to our customers and to the business opportunities presented by one of the world’s fastest growing automotive markets.” ☉



© DHL

DHL STARTET LUFTFRACHTDIENST IN CHINA

DHL LAUNCHES AIRFREIGHT SERVICE IN CHINA

LOCAL GLOBAL

DHL bietet ab sofort einen inländischen Luftfrachtdienst in China an. Insgesamt 17 chinesische Städte sollen verbunden werden. Wie die Tochter der Deutschen Post AG mitteilt, habe man als erster internationaler Logistiker eine solche Lizenz bekommen. Der Service sei Teil eines 20 Mio USD Investments zur Verbesserung der Infrastruktur und der Kundenangebote im Reich der Mitte. „China ist zu einem der weltweit bedeutendsten Logistikmärkte und einem immensen Wachstumspotenzial geworden. Wir sind sicher, dass uns die Lizenz zum Eintritt in den inländischen Luftfrachtmarkt neue Chancen eröffnet und es uns ermöglicht, die Abwicklung durchgängiger Schwerguttransporte für unsere

Kunden weiter zu verbessern“, erläutert Peter Landsiedel, Asienchef von DHL Global Forwarding.

Seit 1990 ist Chinas inländischer Luftfrachtmarkt dem aktuellen Boeing World Air Cargo Forecast zufolge jährlich mit einer Rate von über 20 Prozent gewachsen. Inzwischen ist er der zweitgrößte der Welt, und bis 2010 soll sich das derzeitige Volumen auf rund 3,4 Mrd USD verdoppeln. In den kommenden beiden Jahrzehnten wird mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von knapp elf Prozent gerechnet. ☉

DHL announced the launch of a domestic airfreight service between 17 cities in China. According to the affiliate of Deutsche Post AG this is the first international forwarder to obtain such a license. The service is part of a 20 Mio USD investment plan to further enhance the company's network infrastructure, human resources development, as well as products and services to meet anticipated business growth in China. "China has become one of the most significant logistics markets worldwide and is a huge growth potential. We are confident that the license to operate and gain entry into the domestic airfreight market will provide fresh opportunities and improved management of heavy airfreight from door to door for our

customers," explains Peter Landsiedel, Chief Executive Officer - Asia Pacific, DHL Global Forwarding. "The launch of the service is a strategic course for us to expand westwards into second and third tier cities in China, allowing us to work more closely with our customers, who are developing their production base in the hinterland."

According to the latest Boeing World Air Cargo Forecast, the domestic airfreight market has grown at a rate of over 20 per cent every year since 1990, and is expected to double its current size and reach a 2.6 billion in 2010. China's domestic air cargo market has become the second largest in the world with an annual growth rate forecast of 10.8 per cent over the next two decades. ☉

CARGO-PARTNER EXPANDIERT CARGO-PARTNER EXPANDS TO INDIA

LOCAL GLOBAL

cargo-partner baut ein Niederlasungsnetz in Indien auf. Nach Angaben des österreichischen Logistikunternehmens erfolgt der Markteinstieg zunächst über zehn Standorte in den strategisch wichtigsten Verkehrszentren. Bis Ende 2007 sollen es 15 sein. „Wir gehen davon aus, dass das Indien-Potenzial im Überseegeschäft etwa ein Zehntel von jenem mit China ausmacht, aber in absoluten Zahlen noch immer riesig ist. Nun sind wir auf beiden Märkten sehr gut aufgestellt und können als einer der First Movers in Indien alle Transportaktivitäten und vor allem auch die vor- und nachgelagerten Bereiche hervorragend abdecken“, sagt Stefan Krauter, Vorstands-

cargo-partner is building a subsidiary network in India. According to the Austrian Logistics company the market entry will take place at ten locations in key strategic traffic hubs. It is planned to increase this number to 15 by the end of 2007. „We think that the potential of India in the overseas business is only about a tenth of the China volume, but still huge in absolute numbers. Now we are in a very good position on both markets and, as one of the first movers in India, are able to cover all transport activities and also the upstream and downstream activities in a proper way“, says Stefan Krauter, CEO of cargo-partner. As China has become one of the main delivery mar-



In Indiens Logistiksektor läuft noch nicht alles rund.
Not everything runs smoothly in Indias logistics sector.

© STOCK/XCNG

DELTA CONSULTANTS

Kompetenz in Indien seit 1996

Unsere Leistungen

Outsourcing Management

- OEM Produkte
- Komponenten & Werkzeuge
- Produktionsverlagerung
- Entwicklungsverlagerung

Beschaffung in Indien

- Sourcing technischer Produkte und Werkzeuge
- FOB - CIF - DDP - KANBAN - Lieferungen

Training: Cross-Cultural Competence Deutschland/Indien
Verhandlungsführung, Projekt- und Krisenmanagement, Qualitäts- und Personalmanagement, Interkulturelle Kommunikation

Interims- und Projektmanagement Deutschland/Indien

Liaison Offices in Pune und Hyderabad/Indien



Delta Consultants EK: Wendelstein Germany
Phone: +49-9129-279688
info@delta-consultants.de, www.delta-consultants.de



G&B Consultants: Hyderabad - AP - India - Mr. P.V.R.K. Gandhi
Phone: +91-98-480-12884
gandhipv@yahoo.com

Referenzen: Siemens AG, Infineon AG, VDI, Bharat Forge Ltd., IGCC - Deutsch-indische Handelskammer, TATA Infotech Ltd., Godrej & Boyce Mfg. Co Ltd. Wir sind Siemens-zertifiziert!

ANZEIGE

„Das Indien-Potenzial im Überseegeschäft beträgt etwa ein Zehntel von jenem mit China“, sagt Stefan Krauter, Vorstandsvorsitzender von cargo-partner.
„The potential of India in the overseas business is about a tenth of the China volume“, says Stefan Krauter, CEO of cargo-partner.

vorsitzender von cargo-partner. Da China zu einem der Hauptliefermärkte für Indien geworden sei und indische Firmen aufgrund der Kostenstruktur sehr viel im Reich der Mitte produzieren, gebe es enorme Synergieeffekte. Außerdem steige das Engagement indischer Investoren in Europa stark an. Krauter erwartet deswegen, dass zwischen einem Drittel und der Hälfte des Geschäfts mit Europa abgewickelt werden wird. ☺

kets for India and since Indian companies manufacture heavily in the Middle Kingdom due to cost structures, there would be enormous synergies. Additionally the activities of Indian investors in Europe increased dramatically. Therefore Krauter expects that between one third and one half of the business will be with Europe.. ☺

SCHARFER WETTBEWERB INTENSE COMPETITION

Konsolidierungsrunde im chinesischen Mobiltelefonmarkt steht an.
Next round of consolidation in the Chinese mobile phone market starts.

500 MILLIONEN MOBILTELEFONE AUS CHINA 500 MILLION MOBILE PHONES FROM CHINA

INTERFAX

© NOKIA

Chinas Ausstoß an Mobiltelefonen wird im Jahr 2007 insgesamt 500 Millionen Einheiten betragen, das sind 14 Prozent mehr als die 420 Millionen Stück des vergangenen Jahres, gab ein Sprecher des Industrieministeriums bekannt. Dadurch soll der Export von Mobiltelefonen die Marke von 390 Millionen Einheiten erreichen. „Durch die anhaltende Nachfrage im In- und Ausland wird es 2007 weiterhin ein stabiles Wachstum bei der Produktion und dem Verkauf von Mobiltelefonen geben“, sagte Wang Bingke, Stellvertretender Direktor der Abteilung Wirtschaftssystemreform und Wirtschaftlichkeit im Informationsindus-

trieministerium anlässlich einer Konferenz in Beijing. Wang erklärte, dass der Wettbewerb auf Chinas Mobiltelefonmarkt bereits schärfer geworden sei und ausländische Unternehmen durch ihre Vorteile bei Technologie und Beschaffungsketten im oberen, mittleren und unteren Marktsegment die größeren Marktanteile hätten. Die chinesischen Marken seien dadurch stark unter Druck geraten. „Ich bin der Überzeugung, dass die nächste Konsolidierungsrunde mit Allianzen, Fusionen und Übernahmen, Umstrukturierungen und Reformen unter den Mobiltelefonanbietern in diesem Jahr stattfinden wird“, sagte Wang. ☉

China's mobile phone output will reach 500 million units in 2007, up 14 per cent from last year's output of 420 million units, an official with the Ministry of Information Industry said. Mobile phone exports, meanwhile, are expected to reach 390 million units. „In 2007, driven by domestic and overseas demand, production and sales of mobile phone will maintain stable growth“, Wang Bingke, deputy director of the Economic System Reform and Economic Operation Department under the MII, told a conference in Beijing. Wang said that competition is already intensified on China's mobile phone market and foreign firms

have majority shares in high, middle, and low-end markets, given their advantages in technology and industrial supply chains. Chinese brands, however, are under heavy pressure. „I believe the next round of consolidation such as alliance, merger and acquisition, restructuring, and reform will take place this year among mobile phone producers“, Wang said. ☉

EINFUHREN AUS CHINA STEIGEN WEITER KRÄFTIG

IMPORTS FROM CHINA STILL RISING STRONGLY

LOCAL GLOBAL

In den ersten neun Monaten 2006 wurden Waren im Wert von 34,4 Mrd EUR aus China nach Deutschland eingeführt. Das teilt das Statistische Bundesamt, Wiesbaden, mit. Gegenüber Januar bis September 2005 hätten sich die Einfuhren aus dem Reich der Mitte somit um 19,7 Prozent erhöht. Eingeführt worden seien insbesondere Geräte der Nachrichtentechnik, Rundfunk- und Fernsehgeräte, elektronische Bauelemente (7,4 Mrd EUR) sowie Büromaschinen und Datenverarbeitungsgerä-

te (6,7 Mrd EUR). Eine bedeutende Rolle spiele außerdem Bekleidung: Hier hätten die Importe einen Wert von 3,2 Mrd EUR erreicht.

Nach Angaben der Behörde liegt China in der Rangfolge der Außenhandelspartner bei den Einfuhren nach Frankreich, den Niederlanden und den Vereinigten Staaten auf dem vierten Platz. 6,4 Prozent der deutschen Gesamtimporte seien in den ersten drei Quartalen 2006 aus der Volksrepublik gekommen. ☉

As reported by the German Federal Statistical Office, goods valued at 34.4 billion EUR were imported from China to Germany in the first nine months of 2006. That had been a 19.7 per cent increase in imports from China compared to the period from January to September 2005. Communications equipment, radio and television sets and electronic components (7.4 billion EUR) as well as office machines and data processing equipment (6.7 billion EUR) accounted for the largest shares

of imports. Clothing, too, had been a major item of import from China, with imports amounting to a value of 3.2 billion EUR from January to September 2006.

According to the Statistical Office, China is ranked fourth in the list of foreign trade partners for imports behind France, the Netherlands and the United States. 6.4 per cent of the German total imports in the first three quarters 2006 came from the People's Republic. ☉

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

Sie wollen in die Emerging Markets? Wir erwarten Sie.



Damit Sie die außergewöhnlichen Wachstumschancen der expandierenden Märkte China, Indien, Russland, Brasilien und des europäischen Perspektivlands Türkei optimal nutzen können, haben sich unsere Länderspezialisten in der Emerging Markets Practice zusammengeschlossen. Mit vereinter Kompetenz beraten wir Sie dabei, die Chancen des Markteintritts richtig zu beurteilen, mögliche Risiken zu minimieren und bieten fachkundige Unterstützung bei der Umsetzung Ihrer Ziele.

Bitte sprechen Sie uns an! Unsere Kollegen in Deutschland und direkt vor Ort stehen für Sie bereit.

kpmg.de/emergingmarkets

China

Thorsten Amann
T +49 711 9060-41741
tamann@kpmg.com

Indien

Johannes M. Böhmer
T +49 40 32015-5680
jboehmer@kpmg.com

Indien

Gautam Chemburkar
T +49 40 32015-5649
gautamchemburkar@kpmg.com

Brasilien

Stephan Groß
T +49 89 9282-1168
stephangross@kpmg.com

Russland und GUS

Roland Schmid
T +49 89 9282-1147
rolandschmid@kpmg.com

Türkei

Ergün Kis
T +49 211 475-7857
ekis@kpmg.com



**ASIA IN
BERLIN
FEB. 07**

APFB
Asien-Pazifik-Forum Berlin

VÖLKER, HÖRT DIE SIGNALE – ZHÈ SHÌ ZUÌHÒU DE DÒUZHÈNG SO, COMRADES, COME RALLY – ZHÈ SHÌ ZUÌHÒU DE DÒUZHÈNG

EDITORIAL: SVEN HARPERING MANAGING DIRECTOR, ASIA-PACIFIC FORUM BERLIN

Der chinesische Vize-Umweltminister Pan Yue veröffentlichte vor kurzem den Essay „On Socialist Ecological Civilisation“, der eine Art Öko-Sozialismus propagiert und das kapitalistische Wirtschaftssystem zum Hauptgrund für die rapide Beschleunigung der globalen Klimaveränderung und Umweltproblematik erklärt. Wir sind derweil mit uns selbst beschäftigt und bauen den Charme einer Bananenrepublik auf. Was häufig in Asien vermutet wird findet vor unserer Haustüre statt: Quer durch die Deutschland AG Skandale, Firmendurchsuchungen, Prozesse, Verurteilungen, EU-Strafmaßnahmen und mehr. Und nun lässt sich auch noch die GEZ zu Bordellbesuchen einladen. Wo kommen wir denn da hin?

Asiatisch anmutende Taifune vermögen Stahlträger aus Berlins Vorzegebahnhof zu reißen. Im Gegenzug helfen bald deutsche Tornados Afghanistan zu verwüsten. Produktpiraterie im eigenen Land (Beispiel Wälzlager). Im Technologieführerstaat Deutschland muss die Polizei bis 2013 auf Ersatz für ihre vorsintflutlichen Kommunikationsmittel warten. Dazu kommen Verwaltungswillkür und Auftritte deutscher Repräsentanten in Asien, die den Bewohnenden die Schamesröte ins Gesicht treiben.

Auf der „Grünen Woche“ in Berlin ist die deutsche Welt zum Glück aber noch in Ordnung. Dort präsentiert man den aus-

ländischen Gästen die hervorragende Samenqualität deutscher Zuchtbullen und dampfende Herdäpfelknöpfli.

Zurück zum Thema: Die Asiaten beobachten den Weltmarkt sehr genau und Maßnahmen geschehen selten unüberlegt. Viele Asiaten kennen Deutschland besser als ihr deutsches Gegenüber. Und ich rede hier nicht von Liedgut und Lyrik. Noch gibt es eine Schlange von in Asien hinter Deutschland anstehenden Staaten. Das kann sich schnell ändern.

Das Asien-Pazifik-Forum Berlin konzentriert seine Veranstaltungen während der Asien-Pazifik-Wochen in Berlin auf Präsentationen innovativer und nachhaltiger Technologie und bietet eine hervorragende Plattform, um den asiatischen Gästen zu zeigen, was wir tatsächlich doch noch draufhaben. Der chinesische Vize-Umweltminister ist offiziell zur Eröffnung der „Urban Sustainability Conference“ am 11. September 2007 eingeladen. Nachdem das revolutionäre Potenzial unseres Wirtschaftsministers kurz aufgeblitzt, die Zerschlagung der Energiekonzerne aber abgeblitzt ist und ihm der Schulterschluss mit Evo Morales und Hugo Chavez verwehrt blieb, wäre ein Tête-à-tête mit dem chinesischen Vize-Minister doch noch einmal eine spannende Sache.

Mal sehen, ob er überhaupt noch kommt. Zurück ins Studio. ☉

Pan Yue, Vice Minister of China, recently published the essay “On Socialist Ecological Civilisation”, which propagates something like eco-socialism and declares the capitalist economic system the fundamental cause for the rapid acceleration of global climate changes and the environmental crisis. In the meantime we are keeping ourselves busy acquiring the glamour of a banana republic. What everyone tends to associate with Asia, happens right at our doorstep: Across Germany there have been scandals, house searches, lawsuits, convictions, EU penalties and other niceties. Even the GEZ officers accept invitations to visit brothels. Where is this supposed to take us?

Asian-type typhoons are capable of ripping steel girders out of Berlin's prestigious train station. In return German Tornado jets will soon help devastate Afghanistan. Product piracy taking place in our own country (anti-friction bearings as one example). In Germany, supposedly a technology leader, the police will have to wait until 2013 before getting a replacement for its antiquated communication system. In addition there are the discretionary actions of German representatives in Asia which cause those present to blush in embarrassment.

At the “Grüne Woche” in Berlin, though, the world is luckily still alright for the

Germans. There the foreign guests hear about the excellent quality of the sperm of German breeding bulls and eat steaming hot potato dumplings.

But back to the subject: The Asians have a very close look at the global market, and their actions are usually very well considered. Many Asians know Germany better than their German counterpart. And I'm not talking folklore or poetry here. So far the Asian states are still not quite at the German level. But that could change quickly.

During the Asia Pacific Weeks in Berlin, the Asia Pacific Forum Berlin focuses its events on presentations of innovative and sustainable technology and offers an outstanding platform to show their Asian guests what we are capable of achieving. The Chinese Vice Minister has an official invitation to attend the opening of the “Urban Sustainability Conference” on September 11, 2007. With the revolutionary potential of our Federal Minister of Economics briefly flashing through, not long enough however to break up the energy giants which is to say he will not stand on common ground with Evo Morales and Hugo Chavez, a tête-à-tête with the Chinese Vice Minister will be something quite interesting.

Let's see if he is coming at all. Back to the studio. ☉



BERLINER KNOW-HOW FÜR CHINA BERLIN'S WATER KNOW-HOW IN CHINA

SAUBERES WASSER AUS DER SPREE-METROPOLE CLEAN WATER FROM THE SPREE METROPOLIS

ARTICLE: ANDRÉ BECK BERLINWASSER INTERNATIONAL AG

CHINA HAT EIN WASSERDEFIZIT. Der Grund sind übernutzte Quellen, verschmutztes Oberflächenwasser und Absenkungen des Grundwassers. Für ausländische Investoren bieten sich deshalb gute Chancen – besonders bei Umwelttechnologien.

CHINA IS FACING A WATER DEFICIT. The reasons are over-exploited resources, surface water pollution and lowering of groundwater tables. Therefore, foreign investors have good chances, particularly with environmental technology.

Im vergangenen Jahr haben international stark beachtete Veranstaltungen wie die Internationale Fachmesse für Wasser – Abwasser – Abfall – Recycling (IFAT) in Shanghai oder die Weltwasserkonferenz in Beijing ganz klar die Herausforderungen für die Wasserwirtschaft Chinas benannt. Das Reich der Mitte ist wegen seiner hohen Bevölkerungszahl und intensiven Landwirtschaft mit einem Wasserdefizit konfrontiert, das immer schwerwiegender wird. Neben übernutzten Quellen, verschmutztem Oberflächenwasser und Grundwasserabsenkungen ist die Behandlung von Abwasser und Klärschlamm eine große Herausforderung. Offiziellen Angaben zufolge wird nur etwa die Hälfte der städtischen Abwässer geklärt, der meiste Klärschlamm gelange unbehandelt auf Müllkippen oder ins Meer. Das Ministerium für Wasserressourcen berichtet in seinem Jahresbericht von sinkenden Grundwasserspiegeln und wachsendem Wasserverbrauch, abnehmender Wasserqualität und erhöhter Gewässerverschmutzung. Die Weltbank hat errechnet, dass die Wasser- und Luftverschmutzung inzwischen Belastungen und Schäden verursachen, die, in Geldwert ausgedrückt,

etwa acht Prozent des chinesischen Bruttoinlandsprodukts entsprechen. Die Kosten für die Behebung der Schäden werden umso größer, je länger der aktuelle Zustand anhält.

VERSORGUNGSKRISE DROHT

Forscher der Chinesischen Akademie der Wissenschaften (CAS) warnen vor einer Versorgungskrise. Rund zwei Drittel des für die Bewässerung in der Landwirtschaft eingesetzten Wassers werde wegen unsachgemäßer Nutzung verschwendet. Es sei absehbar, dass bis Anfang nächsten Jahrhunderts 70 Prozent des Frischwassers wegen Verschmutzung nicht mehr nutzbar sein werde. Bei der Sicherung der Grundwasservorkommen und bei der Verbesserung der Qualität der oberflächengewässer steht China in den kommenden Jahren vor gewaltigen Herausforderungen. Sollte die Volkrepublik sie nicht meistern, so wird der Mangel an brauchbarem Wasser für die großen Regionen des Riesenreichs zu einem Dauerzustand werden.

Der stellvertretende chinesische Umweltminister Zhu Guangyao beziffert die für Umweltprobleme anfallenden Kosten auf jährlich etwa 200 Mrd USD.

Last year, conferences very much in the international spotlight, such as IFAT in Shanghai and the World Water Congress in Beijing, clearly identified the challenges facing China's water sector. Due to its large population and the intensive agriculture it engages in, China is already facing a water deficit growing increasingly serious as a result of over-exploitation of water resources, surface water pollution and lowering of groundwater tables. According to the official statistics, only around half of China's urban wastewater is treated, while the rest of the sludge ends up being deposited untreated in waste dumps or in the ocean. In its annual report, the Ministry for Water Resources mentioned sinking groundwater tables and increasing water consumption, declining water quality and increasing water pollution. The World Bank has calculated that water and air pollution in China is now causing contamination and damage that, expressed in monetary terms, correspond to around eight per cent of China's gross domestic product (GDP). The longer the current situation remains unresolved, the

higher the ultimate costs for repairing the damage.

IMPENDING WATER SUPPLY CRISIS

Researchers from the Chinese Academy of Science (CAS) have warned of a coming water supply crisis. They point out that around two thirds of the water used in agricultural irrigation today is wasted due to improper exploitation and have put forth the prediction that pollution will have rendered seventy per cent of China's freshwater resources unusable by the beginning of the next century. In the years to come, China will face daunting challenges involving the care of ground water resources and a dramatic improvement of the surface water quality. Should the country fail to overcome those challenges large regions of this enormous land will face permanent shortages of adequate water.

Zhu Guangyao, Vice Minister of the State Environmental Protection Agency, assessed the annual costs associated with environmental problems at more than 200 billion USD. He described the situation as grave and as one that left no room for optimism. So much for the risks. With its ambi-



© BERLINWASSER

Die Lage gebe zu keinerlei Optimismus Anlass und sei ernst. Soweit die Risiken. China steht mit seinen ehrgeizigen Zielen wie der Verdoppelung des Wirtschaftsvolumens bis 2010 oder gar einer auf umweltgerechte Weise angestrebten Vervielfachung des Bruttoinlandsprodukts bis 2020 vor enormen Herausforderungen – aber ebenso vor enormen Möglichkeiten. Die Zentralregierung plant, bis zum Jahr 2010 zwei Drittel der städtischen Abwässer reinigen zu lassen. Außerdem will sie mehr als 1.000 Kläranlagen im Wert von insgesamt 39 Mrd USD bauen.

BERLIN IST BEKANNT FÜR GUTE WASSERINFRASTRUKTUR

Berlin hat im Wassersektor eine hervorragende Infrastruktur. Dafür ist die Stadt an der Spree auch in China bekannt. Berlinwasser International (BWI) vermarktet das Berliner Wasser-Know-how und ist seit zehn Jahren in China mit Wasser- und Abwasserprojekten aktiv. Deutsche Produkte und Ingenieurleistungen haben einen guten Ruf in China. Die kommunale Wasserwirtschaft in den chinesischen Städten Wuhu und Wujiang wird zum Beispiel in den kommenden drei Jahren von umfangreichen Serviceleistungen profitieren, die BWI erbringen und koordinieren wird. Die Wasserwerke beider Städte beliefern jeweils etwa drei Millionen Menschen mit Trinkwasser. Dazu im Kontrast stehen technisch mangelhaft

Bei der Sicherung der Grundwasservorkommen und bei der Verbesserung der Qualität der Oberflächengewässer steht China in den kommenden Jahren vor gewaltigen Herausforderungen.

In the years to come, China will face daunting challenges involving the care of ground water resources and a dramatic improvement of the surface water quality.

ausgerüstete Netze. Zusätzlich schmälern lecke Rohre aber auch illegale Wasseranschlüsse die Erträge der Wasserwerke. Seit Oktober 2006 erbringt BWI Serviceleistungen, mit denen die Betriebsführung der Anlagen optimiert, die Gesamtfördermenge erhöht sowie die Wasserverluste und der Energieverbrauch reduziert werden.

Berlinwasser International bearbeitet seit 1997 systematisch den chinesischen Markt. Den Markteintritt vollzog das Berliner Unternehmen mit dem Bau und dem Betrieb des Wasserwerkes in Xian. Seit zwei Jahren klärt in Hefei eine von BWI betriebene, zentrale Kläranlage mit einer Kapazität von 310.000 Kubikmetern die Abwässer der Millionenstadt. Ebenfalls seit zwei Jahren betreibt BWI in Nanchang, der Hauptstadt der chinesischen Provinz Jiangxi, eine Kläranlage mit 330.000 Kubikmetern Tageskapazität. Die Anlage ist gemeinsam mit einem chinesischen Engineering-Partner gebaut und finanziert worden.

INTELLIGENTE FINANZIERUNG

BWI hat sein Engagement in Nanchang als eines der ersten ausländischen Unternehmen im Abwassersektor nur mit inländischen Banken finanziert. Grundlage ist ein Build-Operate-Transfer-Vertrag (BOT-Vertrag) zwischen der Stadt Nanchang und einem Konsortium, an dem BWI 80 Prozent und die Beijing Urban Construction Group (BUCGT) 20 Prozent hält. Das Joint Venture hat unter Leitung von BWI die Planung und den Bau der Anlage realisiert. Das Projekt hat eine Laufzeit von 21,5 Jahren, davon 18 Monate für Planung und Bausausführung sowie 20 Jahre für den Betrieb. Der Investitionsumfang liegt bei etwa 30 Millionen EUR. ►

tious targets, such as doubling its total economic activity by 2010 or that of increasing GDP by 400 per cent by 2020 in an environmentally sound manner, China is facing enormous challenges – but with them enormous opportunities as well. It is evident that the Middle Kingdom has achieved some successes with its environmental legislation and that the government is well aware of the steps that have to be taken to remedy the country's ecological problems. The central government in Beijing has plans to see that two thirds of urban wastewater is treated by the year 2010 and intends to build more than 1,000 treatment facilities, having earmarked around 400 billion Yuan (39 billion USD) for the purpose.

BERLIN: WELL KNOWN FOR ITS GOOD WATER INFRASTRUCTURE

As a metropolis, Berlin can boast an excellent infrastructure in the water sector, one for which the city on the Spree is renown even in China. Berlinwasser International AG (BWI) markets Berlin's water know-how. BWI has been involved in water and wastewater projects in China for ten years now. German products and engineering have a good reputation in China. For the next three years the water sector in the Chinese cities of Wuhu and Wujiang will be benefiting from an extensive array of services provided and coordinated by BWI. The water companies supply around three million people in both cities with drinking water. However, the cities' mains systems are burdened by technical inadequacies, while leaky pipes and illegal water connections further curtail the income of the water supply companies. BWI has been providing its services since last

October, allowing the optimisation of management of the plants, increases in overall capacity and the reduction of water losses and energy consumption. BWI has been systematically involved on the Chinese market essentially since 1997. The Berlin company's market launch came with the construction and operation of the Xian water plant. A central treatment facility with a 310,000 cubic metre capacity has been treating wastewater for two years in Hefei, a city with several million inhabitants. BWI has also been operating a wastewater treatment plant with a 330,000 cubic metre capacity for two years in Nanchang, the capital of the Chinese province of Jiangxi. That facility was built and financed in cooperation with a Chinese engineering firm.

INTELLIGENT FINANCING

With its Nanchang project BWI became one of the first foreign companies to structure the financing of a project in the wastewater sector exclusively with domestic banks. The project is based on a BOT agreement between the city of Nanchang and a consortium made up of BWI, which holds an 80 per cent share, and Beijing Urban Construction Group (BUCGT) with a 20 per cent share. The joint venture company Nanchang Qingshanhu Project Ltd. carried out the planning and construction of the facility under the direction of BWI. The project has a 21.5 year term: 18 months for planning and construction and 20 years for operation. The total investment amounts to around 30 Mio EUR.

Lean operating organisations with 150 employees have been created in Nanchang and Hefei. The joint ventures have been incorporated into the cities' life, as is demonstrated by the reactions coming from Hefei and Nanchang. The clients are very pleased with the operation of the facilities and the quality of the purified wastewater. Water indicators are at levels far below the maximum levels stipulated in the agreement. Naturally, local authorities ►

Nachhaltigkeit in der
städtischen Infrastruktur.
Sustainability in the urban
infrastructure.

ARCHITEKTENREISE TRIP FOR ARCHITECTS CHINA – GO WEST

LOCAL GLOBAL

DER VEREIN STADTKULTUR international (ski) aus Berlin organisiert eine Studienreise für Architekten und Stadtplaner nach China.

THE BERLIN ASSOCIATION STADTKULTUR international (ski) organises a study trip for architects and town planners.

Ziel ist es, die Teilnehmer mit der chinesischen Architektur vertraut zu machen und mögliche Projekte aufzuzeigen. Die Reise führt vom 14. April bis 25. April 2007 über Beijing nach Südwestchina in die Städte Chengdu und Chongqing. Dort werden zeitgenössische Architektur- und Städtebauprojekte besucht.

Die Nachhaltigkeit in der städtischen Infrastruktur ist ein Schwerpunktthema der Asien-Pazifik-Wochen 2007 in Berlin. Dort soll der Dialog und die Zusammenarbeit zwischen öffentlichen und privaten Unternehmen auf deutscher und asiatisch-pazifischer Seite gefördert werden. ☺

The objective is to familiarise the participants with Chinese architecture and identify potential projects. The trip from April 14 to 25, 2007, leads to Southwest China via Beijing and into the cities Chengdu and Chongqing. There contemporary architecture and urban development projects will be visited.

Sustainability in the urban infrastructure is one of the main topics at the 2007 Asia Pacific Weeks in Berlin. The goal there is to strengthen the dialogue and the cooperation between public and private enterprises on both the German and Asian-Pacific side. ☺

KONTAKT CONTACT

stadtkultur international, Berlin
Claudia Funk
Phone: +49 (0) 30/78704501
c.funk@stadtkultur-international.de

Museum für buddhistische Skulpturen in der Nähe von Chengdu. Architekt: Lui Jiakun
Museum for Buddhist sculptures near Chengdu. Architect: Lui Jiakun

▼
In Nanchang und Hefei sind schlankere Betriebsorganisationen mit 150 Arbeitnehmern entstanden. Natürlich registriert man auf administrativer Ebene sehr genau, wenn in den Klärwerken Personal, das zu fast hundert Prozent aus der Region kommt, geschult und entwickelt wird. Die chinesischen Projekte sind wirtschaftlich erfolgreich. Auch die Einhaltung der vertraglichen Grundlagen durch die chinesische Seite verläuft ohne Probleme. Wie groß das Interesse für die Anlagen und damit für

die Abwasserbehandlung in Kooperation mit einem internationalen Partner in China ist, zeigen die häufigen Besuche: Seit der Inbetriebnahme schauten sich allein in Nanchang über 120 Delegationen die in Asien wohl ihresgleichen suchenden Schneckenpumpen und das Projekt an. Die Gäste hören zu und sehen genau hin. Viele Kommentare von Besuchern gehen in die Richtung, dass man sich eine solche Anlage sehr gut vorstellen könne. Die Türen für Wasserprojekte in China sind weit geöffnet. ☺

▼
pay close attention to training and personnel development measures in the treatment facilities, with almost 100 per cent of personnel coming from the region. The Chinese projects are very attractive from an economic perspective. The operation is running incident-free in terms of the honouring of contractual arrangements on the part of the Chinese.

The frequency of plant visits reflects the high level of general interest in China in the facilities and in the asso-

ciated issue of wastewater treatment in cooperation with an international partner. Since the facility began operations, over 120 delegations have come to Nanchang alone to see the project with its spiral pumps, which probably have no parallel in Asia. The facility's visitors listen and observe keenly. Many of them mention how much they would welcome having such a facility in their own city. The gateway to new prospects in China's water business is wide open. ☺

IMPRESSUM IMPRINT ASIA IN BERLIN

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

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

EINKAUFSIRRTÜMER IN DER VOLKSREPUBLIK
PROCUREMENT MISTAKES IN THE PEOPLE'S REPUBLIC

SHANGHAI IST NICHT CHINA SHANGHAI IS NOT CHINA

ARTICLE: PROF. DR. CHRISTOPHER JAHNS, DR. ROGER MOSER, DR. MARTIN LOCKSTRÖM
SUPPLY MANAGEMENT INSTITUTE (SMI), EUROPEAN BUSINESS SCHOOL, OESTRICH-WINKEL

© LOCAL GLOBAL

VIELE UNTERNEHMEN AUS DEM WESTEN haben falsche Vorstellungen von China. Sie denken an eine große, homogene Nation. Doch China ist ein sehr unüberschaubares, vielfältiges Land. Um erfolgreich im Reich der Mitte zu beschaffen, gilt es, solche Irrtümer auszuräumen.

MANY WESTERN COMPANIES have a wrong image of China. They think of China as a big, homogenous nation. But China is a vast, multifaceted country. In order to procure successfully, it is necessary to correct erroneous perceptions.

Ausländer – im chinesischen Volksmund „Waiguoren“ genannt – nehmen China oft als ein Land wahr, in dem alle Menschen gleich aussehen, mit Stäbchen essen und die gleiche Sprache sprechen. Doch dieses stereotype Bild ist weit von der Wirklichkeit entfernt. Eine Bevölkerungszahl von über 1,3 Milliarden, eine Landfläche von 9,5 Millionen Quadratkilometern und die notorischen Lücken in Kommunikation und Infrastruktur führen zu einer Vielfalt, wie sie anderswo selten zu finden ist: 56 ethnische Minderheiten und Tausende von Dialekten sind ein deutliches Zeichen dieser kulturellen Vielfalt. Geschäftsreisende und Touristen, die oft nur die Städte Beijing, Shanghai, Guangzhou oder Shenzhen besuchen, bekommen schnell einen falschen Eindruck, denn diese Städte

vermitteln ein irreführendes Bild von China. Erst im chinesischen Hinterland erkennen die meisten Westler: Shanghai ist nicht China.

Die standardisierten Prozesse im Geschäftsleben, die wir in Europa gewohnt sind, funktionieren selten ohne Anpassung an regionale chinesische Besonderheiten. Zusammen mit der Dynamik der chinesischen Gesellschaft verursacht die Vielfalt eine große Unsicherheit, ein Informationsvakuum. Das ist auch der Grund, warum eine langfristige Planung, wie wir sie in Europa gewohnt sind, in China nicht relevant ist. Die Informationen sind oft schon veraltet bevor sie verwendet werden. Stattdessen ist das Bauchgefühl oder die Intuition, oft als Action-Based Decision Making bezeichnet, ein Schlüsselfaktor – in einem Markt, ►

China is often perceived by a foreigner, or „waiguoren“, as a country in which all people are identical, eat with chopsticks and speak the same language. This stereotypical picture cannot be more erroneous. With a population exceeding 1.3 billion, and a land surface amounting to 9.5 million square kilometres, the lack of communication and infrastructure, until very recently, have attributed to the development of a diversity rarely seen elsewhere: 56 ethnic minorities and thousands of local dialects speak for themselves. Alas, for business travelers and tourists who only visit large cities such as Beijing, Shanghai or Guangzhou, it is easy to be deceived by the false picture of China which these cities provide. However, after a visit to the Chinese countryside, people tend to come to the conclusion that Shanghai is not China.

The standardised processes which we are accustomed to applying in Europe, seldom work without adaptation to the local idiosyncrasies. The diversity combined with the dynamism of the Chinese society also create a great deal of uncertainty, an information void so to speak. For this reason, long-term planning, as we are accustomed to in Europe, has little relevance in China. The information gathered would already be outdated by the time it is utilised. Instead, „gut-feeling“ or intuition, often referred to as action-based decision making, is key in a market where economic and political conditions change as quickly as the weather.

China sourcing as such does not exist. In fact, it never has existed. Despite easily identifiable regional sourcing clusters, such as the Pearl River Delta, ►

Viele ausländische Firmen in China haben schon Initiativen gestartet, um sich gegen den drohenden Fachkräftemangel abzusichern. Sie haben begonnen, eng mit akademischen Institutionen zusammenzuarbeiten.



in dem wirtschaftliche und politische Bedingungen so schnell wechseln wie das Wetter.

Beschaffung in China als solche existiert nicht. Tatsächlich gab es sie faktisch nie. Trotz leicht identifizierbarer regionaler Sourcing-Cluster wie das Perlfussdelta, das Yangtze-Delta oder die Gebiete rund um die hoch industrialisierten Städte wie Chongqing oder Shenyang, wechseln die Bedingungen für eine erfolgreiche Beschaffung von Ort zu Ort, was ein hohes Maß an lokaler Anpassung von Einkäufern verlangt. Erfolgreich in China einkaufende Firmen passen ihre Sourcing-Strategie nicht nur auf China an, sondern auch auf die Lieferanten, Produkte, Infrastruktur und gesetzlichen Bestimmungen der Provinz. Zudem gibt es weitere Faktoren, die bei der Anpassung der Beschaffungsprozesse berücksichtigt werden sollten, zum Beispiel der Schutz des geistigen Eigentums des Unternehmens, Vertragstreue und Qualitätssicherung. Jedes dieser Themen benötigt im Vergleich zur Beschaffung in westlichen Ländern ganz andere Vorgehensweisen.

SOURCING AUCH IN WESTCHINA

Bis jetzt war Sourcing in China in den Küstenregionen oder im so genannten Skill Belt ein Thema. Ein gravierender Engpass an qualifizierten Fachkräften führte jedoch zu exorbitanten

Lohnanstiegen und einem überhitzten Arbeitsmarkt. Folglich begannen westliche Unternehmen, sich in Zentral- und Westchina nach kostengünstigen und zuverlässigen Lieferanten umzusehen. Mittlerweile entwickelt sich die Fertigungsindustrie entlang der Küstenregionen weiter und der Fokus verschiebt sich nach und nach auf Value-Added Production, auf Forschung und Entwicklung (F&E) und Dienstleistungen. In den kommenden Jahren wird die Basisproduktion weiter ins Hinterland wandern, wo die Lohnkosten noch sehr niedrig sind. In ländlichen Regionen beträgt das Brutto-sozialprodukt pro Kopf etwa 100 EUR im Jahr, das nationale Durchschnittseinkommen ungefähr 1.000 EUR. Aufgrund des Überangebots an günstigen Arbeitskräften wird erwartet, dass der Kostenvorteil noch Jahrzehnte bestehen bleibt. Hunan, Hubei, Henan, Anhui und Shanxi sind Städte, die im nächsten Jahrzehnt sicher gesteigerte Aufmerksamkeit auf sich ziehen werden, wie der chinesische Wirtschaftsminister, Bo Xilai, in einem Vortrag ausführte. Die Zentralregierung unterstützt den Aufbau der logistischen Infrastruktur in diesen Gebieten.

NICHT NUR EXPATRIATES

Seit der Liberalisierung der chinesischen Wirtschaft haben von westlichen Unternehmen entsandte Mitar-

beiter (Expatriates) den Löwenanteil beim Aufbau der Geschäftsbeziehungen geleistet. Sie haben Kontakte zwischen einheimischen Firmen und der Konzernzentrale geknüpft, eine Unternehmenskultur etabliert, einheimische Mitarbeiter rekrutiert und viele andere Aufgaben erledigt. In dem Maße jedoch, wie sich die Beschaffungsaktivitäten mittelfristig in Richtung Zentralchina verlagern, werden sich die Firmen nicht länger ausschließlich auf Expatriates verlassen können. Viele Expatriates möchten jedoch ihre lieb gewonnene „Comfort Zone“ in den großen Städten nicht verlassen und nach Westen in die weniger entwickelten Regionen umziehen. Hinzu kommt, dass chinesische Mitarbeiter sich als überraschend immobil erwiesen haben, so dass neue Mitarbeiter direkt in den Provinzen rekrutiert und entwickelt werden müssen. Um dem wachsenden Bedarf an Einkäufern im Innern Chinas nachzukommen, muss außerdem das Bildungssystem an die künftige Personalnachfrage angepasst werden. Dieser Prozess muss von den westlichen Unternehmen unterstützt werden. Die Aus- und Weiterbildung muss praxisnah und pragmatischer gestaltet werden, um die Problemlösungsfähigkeit der Studenten zu er-

höhen und die künftigen chinesischen Führungspersönlichkeiten zu formen.

MENSCHEN SIND ENTSCHEIDEND

Viele Führungskräfte in China betrachten den Personalmangel als aktuell gravierendstes Problem. Gleichzeitig bezeichnen sie das Personalmanagement als den wichtigsten Erfolgsfaktor für künftige Beschaffungsprojekte. Tatsächlich ist der Erfolg beim Sourcing in China weitgehend abhängig vom Zugriff auf hoch qualifizierte Einkaufsexperten, die wiederum Zugang zu Schlüsselinformationen, Lieferanten und Regierungsbeamten haben. Wenn das Ausbildungssystem nicht mit dem Wirtschaftswachstum mithalten kann, besteht die Gefahr, dass multinationale Unternehmen in andere Regionen außerhalb Chinas gehen, um dort ihre globalen Beschaffungsziele zu erreichen. Das könnte das Wirtschaftswachstum bremsen, da das Land stark abhängig ist vom Zufluss ausländischer Direktinvestitionen. Viele ausländische Firmen haben schon Initiativen gestartet, um sich gegen den drohenden Fachkräftemangel abzusichern. Sie haben zum Beispiel begonnen, eng mit akademischen Institutionen zusammenzuarbeiten, Weiterbildungsprogramme für ihre Mitarbeiter zu entwickeln oder sogar eigene Universitäten zu gründen. ☉



Many foreign multinationals in China have already started initiatives in China to safeguard against the potential skill-shortage by working more closely with academic institutions.

SUPPLY CHAIN EXCELLENCE

CHINA SOURCING SUMMIT 2007

The Supply Management Institute (SMI) of the European Business School, Oestrich-Winkel, organises together with the German Chamber of Commerce in Shanghai the China Sourcing Summit 2007 from 6th to 8th March 2007 in Shanghai.

It should serve as a knowledge and network platform for Western and Chinese companies. Visitors have the opportunity to discuss state-of-the-art sourcing concepts as well as China specific issues such as human resources or intellectual property. Major enterprises such as BMW, DHL, SAP, Fiege Logistics, EADS, KarstadtQuelle and MetalChina are supporting the event

by sending highly-ranking representatives. While DHL will uncover how its integrated sourcing and logistics processes can support sourcing in China, SAP will present its supplier relationship software. Finally, EADS, manufacturer of the Airbus aircraft, will reveal its plans to open its first sourcing office in Beijing.

CONTACT

Supply Management Institute SMI
European Business School
Ulrike Dautzenberg
Phone: +49 (0) 611/36018-845
Fax: +49 (0) 611/36018-802
dautzenberg@supplyinstitute.org
www.supplyinstitute.org

© REED EXHIBITIONS

▼ the Yangtze River Delta and the area around the heavily industrialised cities Chongqing and Shenyang, the diversity and conditions vary from location to location within China and call for a high degree of local adaptation. Successful companies which source in China not only reshape their sourcing strategies for China as a country but also for individual suppliers, commodities and provincial infrastructure and regulatory conditions. Other factors to consider when redesigning the sourcing processes are: intellectual property risks, contract compliance, and quality management, all of which require different measures in comparison with sourcing in western countries.

SOURCING IN WESTERN CHINA

Up to now, sourcing in China has focused on the coastal regions of China, or the so-called skill belt. However, a severe skill shortage has led to staggering wage hikes and an overheated labour market in general. As a result, firms have started to look towards the central and western parts of the country in the quest for low-cost and reliable suppliers. In the meantime, the manufacturing industry along the coastal region continues to develop and the focus is gradually shifting towards higher value-added production, research and development (R&D) and services. In the future, the basic production will migrate towards the

Chinese hinterland, where labour costs are still at exceptionally low levels. In the rural areas, the per capita gross domestic product (GDP) is approximately 100 EUR a year, despite the national average of 1,000 EUR per year. Due to the vast pool of inexpensive labour, the cost advantage is estimated to remain for decades to come. Areas that will certainly attract increased attention over the next decade are provinces such as Hunan, Hubei, Henan, Anhui and Shanxi, as the Chinese Minister of Commerce, Bo Xilai, declared in a speech earlier this year. The logistics infrastructure in these provinces will be supported by the central government.

NOT ONLY EXPATRIATES

Since the liberalisation of the Chinese economy, expatriates did indeed perform the lion's share in setting up office facilities, building up a corporate culture, establishing contacts between local market players and the corporate headquarters, recruiting locals, in addition to a vast array of other activities. However, as the sourcing activities in the medium term will shift towards the central regions of China, firms can no longer solely rely on expatriates. Many local westerners are unwilling to move westward to the more underdeveloped regions and leave the "comfort zones" that they are used to in the big cities. Moreover, local Chinese people

have proven to be surprisingly immobile, making it necessary to recruit and develop human resources at a provincial level. In order to meet the expanding demand for sourcing staff in the Chinese inner regions, the educational system will need to adapt to meet this future demand. This process has to be supported by the Western companies. The education and training should be geared towards real-life challenges and practice-oriented solutions in order to improve the problem-solving skills of the students and to shape the future leaders of China.

HUMAN RESOURCES IS THE KEY

Many managers working in China indicate that the lack of human resources is the most serious problem currently, and at the same time human resources is the most important success factor for

future sourcing operations. In fact, it has been claimed that the success of sourcing operations in China is determined by the access to highly skilled sourcing experts, who in turn have access to key information, suppliers and government officials. If the education system does not stay at par with the economic growth, there is a risk that multinational buying firms will shift to regions outside of China in order to procure their global needs. This would hamper the last decades of record economic growth, since the country is highly dependent on an inflow of foreign direct investment. Many foreign multinationals have already started initiatives in China to safeguard against the potential skill-shortage by working more closely with academic institutions, initiating staff training programs, and even establishing their own corporate universities. ☉



© 4TRAVELJP

MUMBAI - INDIENS WIRTSCHAFTSZENTRUM

ARTICLE: INTERGEST/LOCAL GLOBAL

MUMBAI LIEGT IM WESTEN im Staat Maharashtra. Hier leben 14,5 Millionen Menschen, mit den verschiedensten Kulturen und Traditionen. Die vergangenen 400 Jahre war Mumbai als Bombay bekannt. Mumbai ist die Finanzhauptstadt Indiens. Sie steuert den höchsten Betrag zur Einkommensteuer Indiens bei.

Die Hauptindustrien des Wirtschaftszentrums sind: Chemikalien, Textilien, Informationstechnologie und Fischerei. Die Stadt ist das wirtschaftliche Zentrum Indiens und besitzt die größte Filmindustrie der Welt. Bollywood ist ein Synonym für die Filmindustrie in Mumbai, die aufgrund ihres kommerziellen Charakters einer Legende nach von einem Filmkritiker in Anlehnung zu den Filmstudios von Hollywood in Kalifornien, USA, so betitelt wurde. Mumbai ist Verkehrsknotenpunkt und



Kulturzentrum mit Universitäten, Theatern, Museen und Galerien.

ADRESSEN

AHK: Deutsch-Indische Handelskammer, Indo-German Chamber of Commerce, Maker Tower 'E', 1st Floor, Cuffe Parade, Mumbai 400 005, Fon +91 22 6665 2121, www.indo-german.com
Generalkonsulat der Bundesrepublik Deutschland: „Hoechst House“, 10th Floor, Nariman Point, 193 Backbay Reclamation, Mumbai 400 021, Fon +91 22 2283 2422, www.germanconsulatmumbai.org **Intergest Mumbai:** Achille Forler, 201 Omprakash Arcade, Ambedkar Garden - Chembur, Mum-

bai 400071, Fon +91 22 2520 4242, www.intergest.com

Wirtschaftsförderer: Bombay Chamber of Commerce & Industry, Mackinnon Mackenzie Bldg., 4, S. V. Marg, Ballard Estate, Mumbai 400001, Fon +91 22 2261 4681, www.bombaychamber.com
Messen: • Bombay Exhibition Centre, NSE Complex, Western Express Highway, Goregaon (East), Mumbai 400063 • MMRDA Grounds, Bandra-Kurla Complex, Bandra-East, Mumbai 400051, Fon +91 22 2659 0001, www.mmrdamumbai.org • Nehru Centre Mumbai, Dr. Annie Besant Rd., Worli, Mumbai 400018, Fon +91 22 2492 0944, www.nehrucentremumbai.com • World Trade Center Mumbai, Center 1, 31st fl. Cuffe Parade, Mumbai 400005, Fon +91 22 5638 7272, www.wtcmbai.org
Tourismusbüro: Maharashtra Tourism Development Corporation, C.D.O. Hutments, Opp. L.I.C. Building, Madame Cama Road, Mumbai 400020, Fon +91 22 2202 6713, www.maharashtratourism.gov.in

ANREISE

Flughafen: Chhatrapati Shivaji International, www.airportsindia.org.in
Verkehrsinfo: Flugdauer ab Frankfurt/Main: ca. 7 Stunden 45 Minuten • Distanz Flughafen-Innenstadt: 15-35 km (Fahrzeit 30-90 Min.) • Empfohlene Verkehrsmittel: Flughafentransfer: Taxi (12-30 EUR)

TIPPS

Eine Frage direkt mit „nein“ zu beantworten gilt in Indien als unhöflich. Stattdessen wird die Antwort umformuliert in ein „vielleicht“, und man muss zwischen den Zeilen lesen, ob die Frage bejaht oder verneint wurde. In Indien ist, salopp formuliert, die Höflichkeit wichtiger als die Wahrheit. Zu Anfang einer Verhandlung ist es üblich sich zu positionieren. Oft werden die jeweiligen Standpunkte stundenlang wiederholt und mit weiteren Argumenten untermauert, ohne dass man

sich einer Einigung zu nähern scheint. Üblicherweise begrüßt man sich in Indien mit einem Lächeln und gefalteten Händen vor der Brust. Oft tut es auch bereits ein freundliches Kopfnicken. Die Arbeitsgewohnheiten sind ähnlich wie in Delhi. Die Menschen arbeiten hier aber etwas länger, das heißt, dass das Nachtleben später anfängt, und das erste Meeting morgens nicht vor 10 Uhr beginnt.

BUSINESS HOTELS

Taj Mahal Palace & Tower: Das 5-Sterne-Hotel verfügt über Suiten und Zimmer, die eine elegante Aura der alten Welt ausstrahlen. Apollo Bunder, Fon +91 22 6665 3366, www.tajhotels.com
The Gordon House Hotel: Ein zentral gelegenes, innovativ gestaltetes 3-Sterne-Mittelklassehotel unweit des Gateways of India. 5 Battery Street, Fon +91 22 2404 2501, www.ghhotel.com
The Oberoi: Das 4-Sterne-Hotel bietet einen Blick über das Meer und liegt im Herzen des Geschäftsviertels. Nariman Point, Fon +91 22 6632 5757, www.oberoimumbai.com

RESTAURANTS

Trishna: Eines der besten Seafood-Restaurants in Mumbai. Die Wartezeit beträgt abends bis zu 30 Minuten. In der Nähe des Rhythm House. Kala Ghoda, Fort, Fon +91 22 2270 1623
Indigo: Thailändisches Restaurant mit vielen orientalischen Gerichten, ausdrucksstarkes Innendesign und Dekoration beeindrucken alle Besucher. 4 Mandlik Road Colaba, Fon +91 22 5636 8999
The Dome: Mumbais beste Hotel-Bar mit Dachterrasse und Blick aufs Meer. InterContinental Hotel, 135 Marine Drive, Fon +91 22 5639 9999
Zenzi: Klassische Lounge-Bar mit französischer, thailändischer, japanischer und indonesischer Küche, erlesene Auswahl an edlen Weinen. Waterfield Road, Fon +91 22 5643 0670

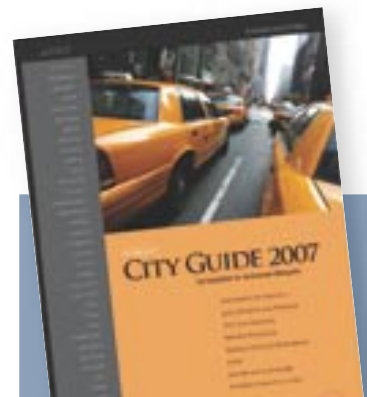
SZENE

Enigma: Exklusivster Nachtclub der Stadt, Bollywood-Atmosphäre ge-

mischt mit Hip-Hop und Trancemusik. Juhu-Tara Road, Fon +91 22 5693 3000
Olive Bar & Kitchen: Mediterranes Restaurant mit Chill-Out-Area. Dresscode und Reservierung sind erwünscht. Pali Hill Tourist Hotel, 14 Union Park, Bandra, Fon +91 22 2605 8228
Insomnia: Viel besuchte Who-is-Who-Bar in Mumbai. Eine gute Adresse, wenn alle anderen Clubs und Bars schon geschlossen sind. Taj Mahal Hotel, Colaba, Fon +91 22 5665 3366

SEHENSWÜRDIGKEITEN & SOUVENIRS

Höhlentempel von Elephanta (Elephanta Caves): Der Ausflug nach Elephanta mit seinen acht Felsenhöhlen gehört zum Standardprogramm jedes Mumbai-Besuches. Zeitbedarf 4 Stunden
Juhu Beach: Bester Outdoor-Komplex nach dem Sonnenuntergang, die Mumbaianer gehen hier abends zum Flanieren hin. Zeitbedarf 30 Minuten
Hanging Gardens: In der Wohngegend von Mumbais Oberklasse, dem Malabar Hill, erstrecken sich die Hängenden Gärten, ein Kunstwerk der Landschaftsplaner, in dem Gärtner unablässig die Büsche stutzen, damit sie die Formen von Affen, Elefanten und Giraffen behalten. Zeitbedarf 2 Stunden ☉



INTERGEST CITY GUIDE

36 Metropolen für den Business-Traveler: Kompakt und praktisch, was Sie in Reiseführern mühsam suchen müssen und meist nicht finden: 78 Seiten, 19 Euro. Info und Bestellung: www.localglobal.de

ERSTE WERKZEUGE GEORDERT INITIAL TOOL ORDERS MADE

EINKÄUFER ENTDECKEN INDIEN

BUYERS DISCOVER INDIA

ARTICLE: CAROLIN GEVERS GLOBAL PROCUREMENT SERVICES

IM NOVEMBER 2006 nahmen acht Einkäufer an der GPS-Indienreise teil, um das Potenzial dieses boomenden Wachstumsmarktes zu erkunden. In Ihren Bewertungen schnitten die weiter im Süden Indiens gelegenen Lieferanten besser ab.

Teilnehmer waren die deutschen Unternehmen Dorma, Kirchhoff, Albert Ziegler und Metabowerke sowie das österreichische Unternehmen E. Hawle Armaturenwerke. Die Einkäufer wurden von einem vierköpfigen GPS-Team aus Qualitätsingenieuren und der Organisatorin Carolin Gevers begleitet. Von Norden bis in den tiefen Süden, von Kokillenguss bis zu Metallpulverspritzguss wurden so viele Regionen und Bereiche wie möglich abgedeckt. Aufgrund von Kapazitätsauslastungen wollten die Einkäufer den indischen Beschaffungsmarkt erkunden und potenzielle indische Lieferanten auditieren, die bereits für lokale Produktionsstätten fertigen. Das Besuchsprogramm war auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmer abgestimmt. Im Vorfeld der Reise wurden der Einkaufsbedarf und die Bedürfnisse der Teilnehmer erfasst. Vor Ort waren Gespräche mit Lieferanten und Partnern arrangiert.

DIE LIEFERANTEN

Ausführliche Unternehmensbesichtigungen und Gespräche gab es mit Herstellern von Aluminiumdruckguss-, Schmiede-, Stanz-, Gummi- und Drehteilen, Verbindungselementen, Antriebstechnik, Schweißdraht sowie Metallpulver-Spritzguss-Technologien. Durch das Aufteilen der Reisegruppe in bis zu vier Gruppen konnte ein Spektrum von knapp 30 potenziellen Lieferanten abgedeckt werden. Somit profitierten die Teil-

nehmer untereinander vom Austausch ihrer Erlebnisse und Bewertungen.

DIE REISE

Die Reise begann in der indischen Hauptstadt Neu Delhi. Martin Wörlein, Rechtsanwalt und Leiter des Geschäftsbereichs Indien bei Rödl & Partner, und ein Logistikexperte vermittelten den Teilnehmern dort die rechtlichen und logistischen Rahmenbedingungen im Indiensgeschäft. Anschließend ging es mit der Besichtigung erster Lieferanten in Delhis Industrievorstädten Noida und Faridabad weiter. Per Expresszug reiste die Gruppe von Delhi auf dem zweitgrößten Eisenbahnnetz der Welt nach Ludhiana, dem Industriezentrum des Bundesstaates Punjab mit seiner Hauptstadt Chandigarh. Pune mit seinen vielen Automobilzulieferern und die Finanzmetropole Mumbai waren die nächsten Ziele. Bengaluru (Bangalore) hat nicht nur bei Informationstechnologie viel zu bieten – Die dort besuchten Lieferanten machten einen hervorragenden Eindruck und waren hoch technologisiert. Mysore, Coimbatore, Madurai und Pondicherry waren weitere lohnende Abstecher von Bengaluru und Chennai aus. Chennai, auch bekannt als das Detroit Indiens, bildete die Endstation der Reise.

DIE EINDRÜCKE

So wie sich die Landschaft Indiens von Norden nach Süden stark veränderte,

IN NOVEMBER 2006 eight buyers took part in the GPS tour of India in order to find out about the potential of this booming growth market. Suppliers in the southern regions of India tended to leave a better impression in their evaluations.

Participating were the German companies Dorma, Kirchhoff, Albert Ziegler and Metabowerke as well as the Austrian company E. Hawle Armaturenwerke. The buyers were accompanied by a team of four GPS quality engineers and the organiser, Carolin Gevers. From up north to the deep south, from chill casting to powdered metal injection moulding, as many regions and segments as possible were covered.

Due to capacity utilisation, the buyers wanted to investigate the Indian purchasing market and audit potential Indian suppliers already working for local manufacturers. The programme for the visit was adjusted to the individual needs of the participants. The particular purchasing needs and the individual requirements of the participants were covered in the run-up to the trip. Meetings with suitable suppliers and partners were arranged on location.

THE SUPPLIERS

There were opportunities for comprehensive plant visits and meetings with manufacturers of aluminium die casting, forging, punching, rubber and turning parts, connecting elements, motive power engineering, electrode wires and powdered metal injection moulding technologies. By dividing the party into up to four groups it was possible to cover a selection of nearly 30 potential suppliers. This way the participants mutually benefited from

exchanging their experiences and evaluations.

THE TRAVEL

The travel began in the Indian capital New Delhi. Martin Wörlein, lawyer and head of the Indian division with Rödl & Partner, and a logistics expert, communicated to the participants the legal and logistics framework in Indian business. Then initial visits were made to suppliers in New Delhi's industrial suburbs Noida and Faridabad. With an express train, the group travelled on the world's second largest train network to Ludhiana, the industrial hub of the federal state of Punjab with its capital city of Chandigarh. Pune, boasting many automotive suppliers, and the financial centre Mumbai were the next destinations. Bengaluru (Bangalore) has not only a lot to offer in the information technology field – the suppliers there made an outstandingly positive impression and were at a high technological level. Mysore, Coimbatore, Madurai and Pondicherry were other worthwhile side trips from Bengaluru (Bangalore) and Chennai. Chennai, also known as the Detroit of India, was the terminus of the trip.

THE IMPRESSIONS

Just as India's landscapes changed significantly while travelling from north to south, becoming greener and more tropical, so too did the impression the



© GLOBAL PROCUREMENT SERVICES

es immer grüner und tropischer wurde, so veränderten sich auch die Eindrücke, die die Teilnehmer von den Lieferanten gewannen. In ihren Bewertungen schnitten die weiter im Süden Indiens gelegenen Unternehmen besser ab. Das mag zum einen an der Auswahl der Lieferanten liegen, zum anderen ist die Region in einer Studie der Mediengruppe India Today vom September 2006 als „state of the states“ bezeichnet worden. Danach wächst Karnataka am schnellsten, wird Tamil Nadu am besten regiert, ist in Kerala die Alphabetisierungsrate am höchsten und ist Andhra Pradesh der Bundesstaat, in dem sich das Personal am stärksten verbessert hat.

Einige der besuchten Lieferanten sind Second- und Third-Tier-Lieferanten und im direkten Export nicht erfahren. Von diesen waren aber mehrere auf der Hannover Messe im vergangenen Jahr vertreten. Sie bemühen sich sehr, auf dem internationalen Markt Fuß zu fassen. Die meisten Unternehmen sind ISO/TS 164949 zertifiziert. Die Rohstoffe werden aus Indien selbst bezogen. Der

Bundesstaat Orissa hat zum Beispiel enorme Bauxit-Vorkommen, die nach Aussage eines Aluminium-Strangpressprofil-Herstellers für die kommenden 160 Jahre ausreichen.

Die Einkäufer wurden häufig in weitere, von Verwandten geleitete Betriebe und Unterlieferanten, eingeladen. Die Gastfreundschaft war enorm. Ein speziell für die Gäste zubereitetes Mittagessen mit biologisch angebautem Gemüse aus firmeneigenen Gärten, zahlreichen kleine Geschenke und das Pflanzen einer eigenen Palme sind nur wenige Beispiele.

Das Fazit ist, dass einige der besichtigten, potenziellen Lieferanten in der Lage sind, komplizierte Teile herzustellen – allerdings nicht immer im kritischen Toleranzbereich. Die Unternehmen haben weitere, spezifischere Angebote eingeholt und erste Werkzeuge geordert. GPS überwacht und betreut die Lieferungen durch Qualitätsingenieure vor Ort. Im Juli dieses Jahres ist eine weitere Unternehmerreise nach Indien geplant. ☉

suppliers made on the participants. Companies in the southern regions of India tended to leave a better impression in their evaluations. On the one hand, this may have been due to the selected suppliers, on the other hand the region has been described as the “state of the states” in a study published by the media network India Today from September 2006. According to the study, Karnataka grows fastest, Tamil Nadu has the best government, Kerala has the highest literacy rate, and Andhra Pradesh is the state, in which the workforce has most improved.

Some of the suppliers visited are second and third tier suppliers and inexperienced with direct exports. Some of those, though, had attended the Hannover Messe last year. They are eager to gain a foothold on the international market. Most companies are ISO/TS 164949 certified. The raw materials come from within India. The state Orissa, for example, has huge bauxite sources which, according to one of the manufacturers of extruded aluminium

Die meisten Unternehmen sind ISO/TS 164949 zertifiziert. Most companies are ISO/TS 164949 certified.

profiles, will be sufficient for another 160 years.

Frequently the buyers were invited to other enterprises and sub-suppliers led by relatives. The hospitality was tremendous. A special lunch for the guests, prepared with organic vegetables from the company garden, numerous small gifts and the planting of one's own palm tree are but a few examples. The conclusion is that some of the intended potential suppliers are capable of producing complex parts – maybe not always in the required tolerance range. The companies have solicited further, more specific offers and made initial tool orders. GPS controls and supervises the deliveries with the help of quality engineers on location. There are plans for another company tour of India in July of this year. ☉

KONTAKT CONTACT



G.P.S. Germany / India Office
 Carolin Gevers
 Office Manager
 Dufkampstr. 1
 48703 Stadthagen, Germany
 Phone: +49 (0) 2563/301933
 Fax: +49 (0) 2563/301928
 gevers@gps-logistics.com
 www.gps-logistics.com

PARTNER

CONTITECH®
VIBRATION CONTROL

Liegler

Mubea
Engineering for mobility

GARDENA

KIRCHHOFF
GROUP

WESSEL-WERK

eppendorf

MEYRA
The Machine Tools

PHOENIX CONTACT

KRONES

DORMA

Pfannenberg

BEUMER

Miele

E+H

P



© STAHL-ONLINE.DE



ARAIA COMPASS

DIE FORGINGS - KEY SOURCING FACTS FOR ASIA

KEY FACTS

MAIN APPLICATIONS:

Automotive, railway, shipping industry, power industry, aerospace, machinery, transportation, tools

PRODUCTION PROCESSES:

Forging, heat treatment, machining

TYPICAL RAW MATERIALS:

Steel, iron steel, alloy steel, aluminium alloys, copper alloys, aluminium, titan

VALUE-ADDED CHAIN

RAW MATERIALS:

Mostly delivered from raw steel/metal manufacturers. Some group corporations produce raw materials by themselves. Material costs have a crucial contribution to the price of the finished product – 45 per cent to 55 per cent (steel and cast iron).

TOOLING:

Usually manufacturers possess their own tooling shop; the rest of them are in long-term business relationships with reliable tool producers. Tools are expensive but their price is still attractive in comparison with western levels. Tooling costs depend on the processed material and expected production volume.

MACHINING:

Most of the manufacturers have their own machining shops and the others outsource this part of the process. Rates are lower than in Western Europe, but some are not able to meet the requirements of the western clients.

MACHINE PARK:

Machines are in most cases modern and well maintained. Most of the machines are imported from Japan and Western countries. The production capacities range from one kilogramme up to five tons per piece.

OVERHEAD COSTS:

Fixed costs for forged parts mostly depend on computer aided design costs and labour costs/time wage and can be also influenced by administrative charges.

FINISHING COSTS:

They depend on the technology needed/required. Some clients do not require final machining.

LOGISTICS COSTS:

As usual, they depend on volume, distance and packaging requirements. Sometimes special forwarding arrangement is necessary for non-standard products.

KONTAKT CONTACT

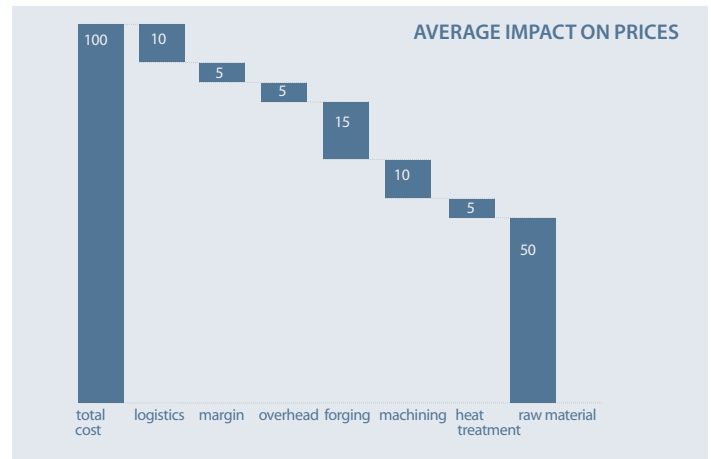


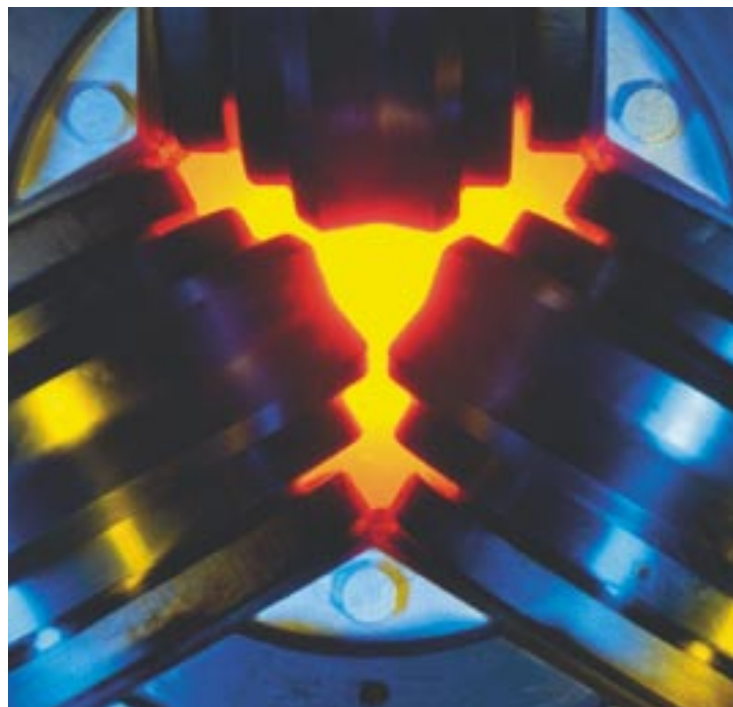
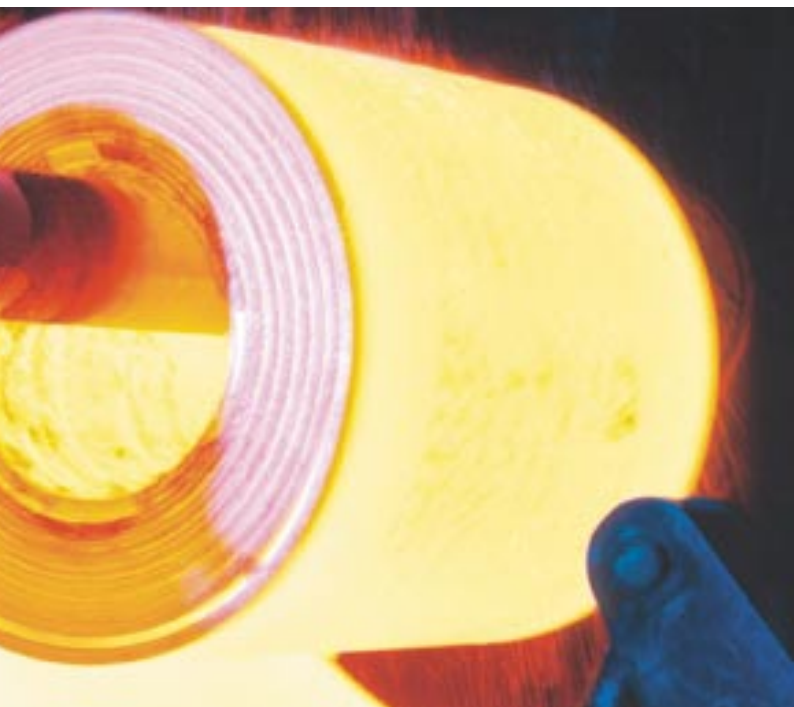
ARAIA GmbH

Theatinerstraße 14
80333 Munich, Germany
www.araia.com

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

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





© THYSENKRUPP STEEL AG

© THYSENKRUPP STEEL AG

SUPPLIER MARKETS IN ASIA

CHINA

PRODUCTION AREAS

- > Most manufacturers are located in the north-eastern part of the country and the greater Shanghai area

SUPPLIER STRUCTURE

- > The export market is dominated by group corporations. The domestic market is split between big and small companies
- > Difficult to find experienced suppliers with free capacity

CHARACTERISTICS

- > Good to very good quality, wide range of offers, relatively flexible companies
- > High savings potential

INDIA

PRODUCTION AREAS

- > Main regions for the machinery and heavy industry

SUPPLIER STRUCTURE

- > For industrial production the machinery park lie beyond the average of EPM* countries
- > Poor infrastructure and complex legal regulations

CHARACTERISTICS

- > Medium to good quality and flexibility; good understanding of the market
- > Difficulties with access to machining services
- > Medium savings potential

OTHER COUNTRIES

PRODUCTION AREAS

- > Malaysia, Thailand, Taiwan

SUPPLIER STRUCTURE

- > Reliable manufacturers, mostly belonging to international companies. Experienced mainly in automotive, railway, and machinery
- > Companies are quite modern and very experienced in most markets.

CHARACTERISTICS

- > Good to very good quality and flexibility
- > Medium savings potential

COMMODITY:

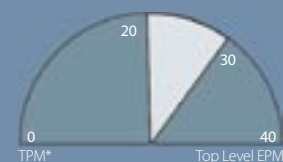
ENGINE PARTS

Technology: Forging, heat treatment, machining (assembly)

Competitive advantages/ disadvantages in EPM*:

- + Quality, labour costs
- Capacity – good firms usually booked for 1-3 years in advance

Relative EPM Savings potential (in %)



COMMODITY:

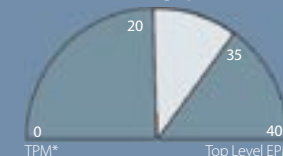
GEARS

Technology: Forging, heat treatment, machining

Competitive advantages/ disadvantage in EPM*:

- + Quality, labour costs
- Capacity – good firms usually booked for 1-3 years in advance

Relative EPM Savings potential (in %)



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

BESTES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

BEST PRICE PERFORMANCE RATIO

ARTICLE: DR. CHRISTIAN DECHÈNE, COSTDATA AG, KÖLN

IST PRODUKT X, DIENSTLEISTUNG Y ODER PROJEKT Z ZU TEUER?
Wie kann bereits in einer frühen Phase des Entwicklungs- und Beschaffungsprozesses beurteilt werden, welcher Preis gerechtfertigt ist?
Unternehmen übersehen häufig, dass im Einkauf genügend Erfahrungswerte vorliegen, um Preise schnell und aussagekräftig abzuschätzen.

IS PRODUCT X, SERVICE Y OR PROJECT Z TOO EXPENSIVE? How could this be assessed in early stages of the development and procurement process of a product, what price will be acceptable? In answering these questions, companies frequently overlook that the procurement department can refer to experiences gathered in past price negotiations that allow a significant assessment or an appropriate price claim.

Das gilt umso mehr, wenn das zu beschaffende Objekt einer Teilefamilie angehört, innerhalb der in der Vergangenheit häufig zugekauft wurde. Es lässt sich nämlich häufig beobachten, dass zwischen dem Preis eines Beschaffungsobjektes und der Ausprägung wichtiger Objekteigenschaften ein starker Zusammenhang besteht. So hängt zum Beispiel der Preis eines Elektromotors maßgeblich von dessen Leistungsstärke ab, während sich der Preis einer Beratungsleistung vor allem auf die geleisteten Arbeitsstunden zurückführen lässt. Gestützt auf dieses Wissen kann der Einkäufer beurteilen, ob der Preis aktuell zugekaufter Objekte berechtigt ist oder wie teuer ein Objekt sein darf.

PREISTREIBENDE MERKMALE IDENTIFIZIEREN

In Kooperation mit der Hochschule Niederrhein hat die Kölner Unternehmensberatung costdata AG eine Software entwickelt, mit der anhand von Erfahrungswerten einfach und schnell überprüft werden kann, ob Preisforderungen berechtigt sind. Hierzu muss der Anwender nur wissen, welches die preistreibenden Merkmale eines Produktes sind und welchen Preis der Anwender in der Vergangenheit für vergleichbare Beschaffungsobjekte bezahlt hat. Auf der Basis einer Regressionsanalyse berechnet die Software den Zusammenhang zwi-

schen den historischen Preisen der in der Vergangenheit zugekauften Objekte einerseits sowie den Ausprägungen der entsprechenden Objektmerkmale andererseits. Am Beispiel des Elektromotors bedeutet dies, dass die Software dem Anwender aufzeigt, wieviel für eine konkrete Motorleistung in der Vergangenheit bezahlt wurde. Gleichzeitig zeigt die Software Motoren mit besonders günstigen und besonders ungünstigen Verhältnissen zwischen Preis und erhaltener Motorleistung an. Der Anwender erhält eine Bewertungsgrundlage, auf deren Basis er Preise und Leistungen alternativer Beschaffungsobjekte vergleichen kann. Darüber hinaus liefert die Software Hinweise auf das Einsparpotenzial, indem der Unterschied zwischen dem bezahlten Preis und dem Best-Practice-Wert bei gleichzeitiger Berücksichtigung der Anzahl zugekaufter Objekte analysiert wird. Die Software stellt dem Einkäufer in unterschiedlichen Entwicklungs- und Beschaffungsphasen in kurzer Zeit sehr nützliche Hinweise zur Verfügung: Angebote können nach wichtigen Kriterien vorsortiert werden, um die Objekte mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis anschließend einer detaillierteren Analyse zu unterziehen. ☉

COST DEVELOPMENT IN THE GERMAN ENGINE PRODUCTION INDUSTRY (Sept. 2005 – Sept. 2006)	
Type of cost	Change in per cent
Energy	+11.97
Raw material	+1.75
Personnel	-0.73
Other costs	+0.24

All the more when the procured object belongs to a product family, in which the procurement department has often bought from in the past. In reality it can frequently be observed that there is a close relationship between the price of procured objects and the value of important attributes. For example the price of an electric motor may depend significantly on its power, whereas the price of a consulting service can be explained largely by the contained working hours. Based on this knowledge, the purchaser can now assess whether the price of the actually procured objects is justified or not. Moreover, the buyer can also estimate an appropriate price for objects.

IDENTIFYING ATTRIBUTES WITH THE GREATEST IMPACT ON PRICE

In cooperation with the University Niederrhein, costdata AG – an international consulting firm – has developed a software for easily and quickly checking the justification of price claims based on the experiences the procurement development has gathered in the past. The user simply needs

an indication of the object's attributes with the greatest impact on its price. Moreover, the buyer needs information about how much has been paid for similar procurement objects in the past. The software then calculates the interrelation between historic prices of the object and the value of the investigated attributes. Using the software, the buyer can precisely detect, how much has been paid for specific combinations of price and performance. For example, a buyer of electric motors uses the software to analyse how much he has paid in the past for a specific engine power. Simultaneously, the software displays the alternatives with the best combinations between price and performance, so that the decision-maker receives a solid basis for future procurement decisions. Based on these data the buyer can evaluate concrete alternatives in terms of the price performance ratio. At the same time, the software indicates the saving potential of the procured objects by calculating the difference between the paid price and the received performance. In different development and procurement phases the costdata software provides the decision-maker with very helpful insights: If a choice has to be made between several objects, the user can sort these in terms of their price performance ratio to conduct a more detailed analysis of the objects with the best combinations. ☉

ASIEN: VERANSTALTUNGEN ZUR AUßENWIRTSCHAFT

ASIA: FOREIGN TRADE EVENTS

STARTTERMIN	ENDTERMIN	ORT	THEMA	VERANSTALTER
01.03.07		Zwickau	Ländersprechtag Malaysia	IHK Chemnitz
03.03.07	10.03.07	Mumbai, Kalkutta	Delegationsreise nach Indien	Saarland
05.03.07		Berlin	Workshop „Herausforderung China-RoHS“	SPECTARIS
06.03.07		Rostock	Produktzertifizierung für den Export nach China	IHK Rostock
06.03.07	10.03.07	Hongkong	Hong Kong International Jewellery Show	Bundesmessebeteiligung
07.03.07		Chemnitz	Bekämpfung von Produktpiraterie in Europa und China	IHK Chemnitz
07.03.07	11.03.07	Bangkok	TIFF / ida - Thailand International Furniture Fair / interior design asia	Bundesmessebeteiligung
08.03.07	10.03.07	Bangkok	Elenex Thailand - International Electrical & Electronic	Bundesmessebeteiligung
09.03.07	11.03.07	New Delhi	HOSPIMedica INDIA - Internationale Fachmesse für Medizintechnik	Bundesmessebeteiligung
09.03.07		Offenbach (Main)	Ländersprechtag Singapur	IHK Offenbach
12.03.07	16.03.07	Tokio	European Fashion Design Trade Mission	DIHK
13.03.07	15.03.07	Shanghai	FPD CHINA - International Flat Panel Display Trade Show	Bundesmessebeteiligung
14.03.07	17.03.07	Beijing	ispo china winter - Internationale Fachmesse für Sportartikel	Bundesmessebeteiligung
14.03.07		Stuttgart	China aus erster Hand	IHK Stuttgart
14.03.07		Augsburg	Exportieren nach Indien	IHK Schwaben(Augsburg)
15.03.07		Heidenheim	Interkulturelles Training für China	IHK Heidenheim
15.03.07		Köln	Südkorea Round-Table	IHK Köln
15.03.07		Würzburg	Ländersprechtag Südkorea	IHK Würzburg
17.03.07	25.03.07		Unternehmerreise: NRW goes to India	IHK Düsseldorf
18.03.07	20.03.07	Beijing	CHIC - China International Clothing and Accessories Fair	Bundesmessebeteiligung
20.03.07	23.03.07	Shanghai	WoodMac China - Forestry & Woodworking Machinery Exhibition	Bundesmessebeteiligung
20.03.07		Nürnberg	Geschäftswissen China	IHK Nürnberg
20.03.07	23.03.07	Singapur	AAMA-TEX - Asia Apparel Machinery & Accessories Exhibition	Bundesmessebeteiligung
21.03.07	23.03.07	Shanghai	electronicaChina / ProductronicaChina 2007	ZVEI
21.03.07	23.03.07	Shanghai	Semicon China - Fachmesse für Halbleitertechnik	Bundesmessebeteiligung
21.03.07	23.03.07	Shanghai	Laser. World of Photonics	SPECTARIS
22.03.07	24.03.07	Beijing	Intertextile Beijing apparel fabrics - International Trade Fair	Bundesmessebeteiligung
22.03.07	25.03.07	Tokio	Photo Imaging Expo	Bundesmessebeteiligung
27.03.07	30.03.07	Guangzhou	interzum guangzhou	Bundesmessebeteiligung
27.03.07		München	Japan - Schlüsselmarkt für die deutsche Elektrotechnik	Ostasiatischer Verein
28.03.07	30.03.07	Shanghai	DOMOTEX asia/ CHINAFLOOR	Bundesmessebeteiligung
28.03.07	30.03.07	Hongkong	APLF-MMT - Asia Pacific Leather Fair Materials & Manufacturing	Bundesmessebeteiligung
28.03.07	31.03.07	Singapur	MTA - The International Exhibition on Precision Engineering	Bundesmessebeteiligung
02.04.07	04.04.07	Lyon	Europasia 2007	Brandenburg
02.04.07	04.04.07	Shanghai	R+T Asia / China Windows	Bundesmessebeteiligung
04.04.07	06.04.07	Guangzhou	CHINA REFRIGERATION / CR EXPO - Exhibition for Refrigeration	Bundesmessebeteiligung

Einfuhrpreisindex Index of Import Prices

In den ersten acht Monaten 2006 stiegen die Einfuhrpreise kräftig an.

In the first eight months of 2006 import prices increased significantly.



SOURCE: STATISTISCHES BUNDESAMT

WIRTSCHAFTSBOOM IN ASIEN IST PREISTREIBER ECONOMIC BOOM IN ASIA DRIVES PRICES UP

HÖCHSTER ANSTIEG DER IMPORTPREISE SEIT 2000

HIGHEST INCREASE IN IMPORT PRICES SINCE 2000

LOCAL GLOBAL

DER INDEX DER EINFUHRPREISE ist im Jahresdurchschnitt 2006 gegenüber dem Vorjahr um 5,2 Prozent gestiegen. Dies ist die höchste Jahressteigerungsrates seit dem Jahr 2000, als sich die Importpreise um 10,1 Prozent erhöht hatten, teilt das Statistische Bundesamt, Wiesbaden, mit.

THE IMPORT PRICE INDEX has risen by an annual average of 5.2 per cent compared with the previous year. According to the Federal Statistical Office (Statistisches Bundesamt), this is the highest annual rate of price increases since 2000 when import prices rose by 10.1 per cent.

Die Entwicklung der Einfuhrpreise war im Jahresverlauf geprägt von zum Teil kräftigen Preisanstiegen in den ersten acht Monaten – so betrugen die monatlichen Preissteigerungen im Januar 0,9 Prozent, im April 1,3 Prozent und im Juli 1,2 Prozent – sowie von rückläufigen Preisen ab September.

Nach Angaben der Statistiker stiegen die Preise für Importe aus dem Nicht-Euro-Gebiet (plus 5,8 Prozent) etwas stärker als aus dem Euro-Gebiet (plus 4,1 Prozent). Dies sei vor allem darauf zurückzuführen, dass sich im Laufe des Jahres 2006 vor allem die Einfuhrpreise für Rohstoffe und Halbwaren verteuerten, die überwiegend aus Ländern außerhalb der Euro-Zone eingeführt werden.

Im Durchschnitt des Jahres 2006 habe der Preisanstieg für importierte Rohstoffe 22,2 Prozent und für Halbwaren

20,1 Prozent betragen. Bemerkenswert seien in diesem Zusammenhang die Preisentwicklungen für wichtige Primärenergieträger einerseits und für Metallerze andererseits gewesen.

Der anhaltende Wirtschaftsboom in Ost- und Südasien sorgte im Jahr 2006 für eine große Nachfrage nach wichtigen Rohstoffen für die Metallherzeugung. Dies führte laut der Behörde zu steigenden Einfuhrpreisen insbesondere für Nicht-Eisen-Metallerze (plus 34,1 Prozent) und bei Eisenerzen (plus 12,2 Prozent). Auch die in der Metallverhüttung vielfach eingesetzte Importsteinkohle hätte sich weiter verteuert (plus 8,6 Prozent).

Im Dezember 2006 stieg der Einfuhrpreisindex im Vorjahresvergleich um 2,2 Prozent, gegenüber November 2006 fiel er um 0,3 Prozent. ☉

Over the course of the year, import prices were characterised by some hefty price rises in the first eight months – the monthly rates of increase were 0.9 per cent in January, 1.3 per cent in April and 1.2 per cent in July – and by falling prices from September onwards.

According to the statisticians, the prices for imports from Non-EU countries (plus 5.8 per cent) rose somewhat more than those from within the EU (plus 4.1 per cent). The reason for this was above all that during 2006 import prices for raw materials and semi-finished goods which come mainly from countries outside of the Euro zone experienced a particularly hefty increase.

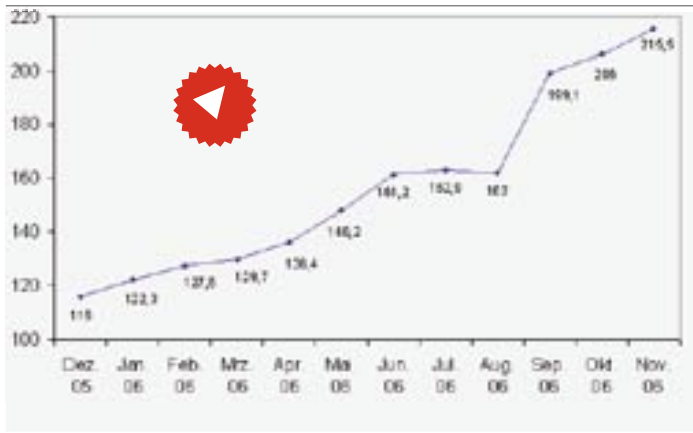
According to the index, the annual average price increase for imported raw materials in 2006 had been 22.2 per cent and for semi-finished goods 20.1 per cent. In this context, the price

developments for important primary energy sources on the one hand and for metal ores on the other hand have been remarkable.

The continuing economic boom in East and South Asia in 2006 caused a huge demand for raw materials essential for metal production. According to the Statistical Office, this led to rising import prices especially for non-iron metal ores (plus 34.1 per cent) and iron ores (plus 12.2 per cent). Also prices for imported hard coal, often used in metallurgical processes, have continued to rise (plus 8.6 per cent).

In December 2006 the import price index rose by 2.2 per cent compared with the previous year and fell by 0.3 per cent compared with November 2006. ☉

Asian Stainless Steel Price Index
Cold Rolled Coil 304



SOURCE: MEPS

Asian Carbon Steel Product Price Index
Cold Rolled Coil



SOURCE: MEPS

Zinc - Cash buyer (in USD/metric ton)



SOURCE: LME

Copper - Cash buyer (in USD/metric ton)



SOURCE: LME

Tin - Cash buyer (in USD/metric ton)



SOURCE: LME

Aluminium - Cash buyer (in USD/metric ton)



SOURCE: LME

MESSEN IN ASIEN EXHIBITIONS IN ASIA

DIE KOMMENDEN EVENTS

THE UPCOMING EVENTS

DATUM DATE	LAND/ORT COUNTRY/CITY TITEL TITLE		
März 07	China (VR)/Beijing China WINDOOR - International Door & Windows, Construction Equipment & Technology Fair	06.03.-08.03.07	China (VR)/Shanghai MEDICAL - International Medical Equipment & Technology Exhibition
März 07	China (VR)/Guangzhou Guangzhou International Beauty Fair	06.03.-10.03.07	Malaysia/Kuala Lumpur MIFF - Malaysian International Furniture Fair
01.03.-03.03.07	Indien/Mumbai Asian Metallurgy - Messe für Metallurgie	07.03.-10.03.07	China (VR)/Guangzhou CHIFA - China (Guangzhou) International Factory Automation & Instrument Exhibition
01.03.-04.03.07	Singapur/Singapur CAREER - Exhibition on Career Opportunity Development and Educational Advancement	07.03.-09.03.07	China (VR)/Guangzhou INMEX China - International Maritime Expo-China
01.03.-04.03.07	China (VR)/Shenzhen China International Gold, Jewellery & Gem Fair	07.03.-10.03.07	China (VR)/Guangzhou METEX
01.03.-06.03.07	China (VR)/Shanghai East China Fair	07.03.-10.03.07	China (VR)/Guangzhou PFP EXPO-DRINKTEC CHINA/SINO PACK - International Beverage & Brewery Processing Technology Exhibition
01.03.-05.03.07	Singapur/Singapur IFFS/AFS - International Furniture Fair with Asean Furniture Show	07.03.-10.03.07	China (VR)/Guangzhou PFP EXPO-PRINTING SOUTH CHINA - International Exhibition & Symposium on Prepress and Printing Industries
01.03.-04.03.07	Indien/New Delhi TEX-STYLES INDIA - International Fair for Fabrics, Yarns, Thread, Textiles, Made-Up and Home Textiles, Furnishings and Accessories	07.03.-10.03.07	China (VR)/Guangzhou PTG - International Exhibition on Power Transmission & Control Engineering
03.03.-07.03.07	Taiwan/Taipei TIFS - International Furniture Show	07.03.-10.03.07	China (VR)/Guangzhou PVP - Internationale Fachmesse für Pumpen, Ventile und Rohre
04.03.-07.03.07	China (VR)/Beijing Stonetech - International Stone Processing Machinery, Equipment and Products Exhibition	07.03.-10.03.07	Vietnam/Ho-Chi-Minh-Stadt Plastics & Rubber Vietnam - International Plastics & Rubber Technologies and Materials Exhibition
06.03.-09.03.07	Japan/Tokyo Architecture + Construction Materials - Fachmesse für Architektur und Baumaterial	07.03.-10.03.07	Vietnam/Ho-Chi-Minh-Stadt ProPak Vietnam - International Processing and Packaging Exhibition
06.03.-10.03.07	China (VR)/Hongkong/SVR Hong Kong International Jewellery Show	07.03.-10.03.07	Korea (Republik)/Seoul SIPREMIUM - International Premium & Household Goods Show
06.03.-09.03.07	Japan/Tokyo IC Card World - Smart Card Industry Exhibition	07.03.-09.03.07	China (VR)/Shanghai SpinExpo - Fachmesse für Garne, Fasern und Textildesign
06.03.-09.03.07	Japan/Tokyo International Lighting Fair	07.03.-11.03.07	Thailand/Bangkok TIFF / ida - Thailand International Furniture Fair / interior design asia
06.03.-09.03.07	Japan/Tokyo/Japan SHOP - International Exhibition for Shop Systems and Fixturing	07.03.-09.03.07	Thailand/Bangkok VIV ASIA - International Trade Fair for Intensive Animal Production



Die Datenbank des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) enthält mehr als 5.000 Profile von Messen im In- und Ausland. Der AUMA unterstützt damit Aussteller und Fachbesucher aus aller Welt. Detailinformationen unter www.auma-messen.de.

The database of the Association of the German Trade Fair Industry contains more than 5,000 profiles of exhibitions in Germany and abroad. It supports exhibitors and visitors from all over the world. Find detailed information at www.auma-fairs.com.

07.03.-10.03.07	China (VR)/Guangzhou WATER CHINA - Internationale Fachmesse für Wasser, Abwasser und Wasserbehandlung/Pumpen, Ventile und Rohre	13.03.-15.03.07	China (VR)/Shanghai FPD CHINA - International Flat Panel Display Trade Show
07.03.-10.03.07	Korea (Republik)/Seoul aimex (KOFA) - Industrial Automation, Instrumentation & Measurement Exhibition	13.03.-16.03.07	Japan/Tokyo HOTERES JAPAN - International Hotel & Restaurant Show
08.03.-12.03.07	Indien/New Delhi AAHAR - Internationale Fachausstellung Maschinen und Ausrüstungen für die Nahrungsmittelverarbeitung	14.03.-17.03.07	China (VR)/Hangzhou IAIE - International Medical, Scientific, Education Equipment, Supplies & Technology Exhibition
08.03.-10.03.07	Thailand/Bangkok Elenex Thailand - International Electrical & Electronic Engineering Exhibition	14.03.-16.03.07	China (VR)/Hongkong/SVR Interstoff Asia Essential - Spring - International Textile Show
08.03.-10.03.07	China (VR)/Shanghai SIOF - Shanghai International Optics Fair	14.03.-16.03.07	Korea (Republik)/Daegu PREVIEW - Internationale Textilmesse
08.03.-11.03.07	China (VR)/Xiamen Stone - China Xiamen International Stone Fair	14.03.-18.03.07	Philippinen/Manila Worldbex - World Building & Construction Exposition
09.03.-11.03.07	Pakistan/Karachi Auto & Transport Asia	14.03.-17.03.07	China (VR)/Peking ispo china winter - Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode
09.03.-11.03.07	China (VR)/Peking Auto Service/Maintexpo China - International Automotive Maintenance & Testing Equipment & Tool Exhibition/Auto Supplies	15.03.-17.03.07	China (VR)/TianjinChina Offshore Expo - International Offshore Oil Exploration Technology & Equipment Exhibition
09.03.-11.03.07	Pakistan/Karachi Engineering Asia	15.03.-18.03.07	China (VR)/Ningbo ChinaMach - China International Machinery Industry Exhibition
09.03.-11.03.07	Indien/New Delhi HOSPIMedica INDIA - Internationale Fachmesse für Medizintechnik, Krankenhausausrüstungen, Zahnmedizin, Augenoptik, Rehabilitation	15.03.-17.03.07	China (VR)/Shanghai Fi Asia-China
09.03.-11.03.07	Pakistan/Karachi ITIF Asia / Agro Asia - International Trade and Industry Fair	15.03.-18.03.07	Korea (Republik)/Seoul KIMES - Internationale Ausstellung für Medizin, Kliniken und Krankenhäuser
09.03.-11.03.07	Pakistan/Karachi Oil, Gas & Power Asia	15.03.-17.03.07	China (VR)/Shanghai SIFE - Shanghai International Fashion Expo
10.03.-12.03.07	China (VR)/Shanghai CIHF - China International Hardware & Welding Fair	18.03.-20.03.07	China (VR)/Peking CHIC - China International Clothing and Accessories Fair for Men's Wear and Casual Wear
12.03.-17.03.07	Taiwan/Taipei TIMTOS - Taipei International Machine Tool Show	18.03.-21.03.07	China (VR)/Kanton CIFF - Home Furniture - China International Furniture Fair
13.03.-16.03.07	Japan/Tokyo Caterex Japan - Japan Catering Equipment Show	18.03.-21.03.07	Pakistan/Karachi Textile Asia - Exhibition & Conference on Textile & Garment Industry & Accessories
13.03.-16.03.07	Japan/Chiba/Tokyo FOODEX JAPAN - International Food & Beverage Exhibition	20.03.-23.03.07	Singapur/Singapur AAMA-TEX - Asia Apparel Machinery & Accessories Exhibition & Conference



CEBIT BIETET BREITES SPEKTRUM AN PRODUKTEN
CEBIT OFFERS WIDE RANGE OF PRODUCTS

DIE ASIATEN KOMMEN ASIA IS ON ITS WAY

ARTICLE: THOMAS KIEFER

© THOMAS KIEFER

MESSEN MACHEN MÄRKTE. Die asiatischen Einkaufsmärkte für Informationstechnologie (IT) und Elektronik entwickeln sich rasant. Daher spielen auf der CeBIT vom 15. bis 21. März 2007 in Hannover Unternehmen aus Asien eine immer wichtigere Rolle.

TRADE FAIRS CREATE MARKETS. The Asian purchasing markets for information technology (IT) and electronics are in rapid development. Therefore, Asian companies play an ever more important role at the CeBIT, taking place from the 15th to the 21st of March, 2007, in Hanover.

Für viele Einkäufer beginnt der erste Schritt in die asiatischen Märkte in Hannover. „Die CeBIT setzt auf die Kernzielgruppen IT-Hersteller und Handel,“ erklärt CeBIT-Vertriebsleiter Reinhold Umminger. Der Geschäftscharakter der CeBIT, im Unterschied zu Verbrauchermessen für Elektronik, werde zukünftig noch deutlicher herausgestellt. Messen wandeln sich und zeigen die Herausforderungen der neuen Internationalisierungsrunden und schnellen technologischen Entwicklung.

GRÖßTE AUSSTELLERNATION NACH DEUTSCHLAND IST TAIWAN

Die kleine Inselrepublik Taiwan ist mit 596 Ausstellern nach Deutschland die größte Ausstellernation auf der CeBIT. Aus Taiwan kommen viele mittelständische Spezialanbieter elektronischer Bauteile, aber auch einige Großkonzerne, die dabei sind, weltweit bekannte Markennamen zu etablieren. Taiwanische Unternehmen produzieren unter anderem 95 Prozent aller weltweit ver-

kauften W-Lan-Anlagen und 79 Prozent der Motherboards. Die halbstaatliche taiwanische Handelsförderungsorganisation (Taiwan External Trade Development Council – TAITRA) organisiert Gemeinschaftsstände in den Hallen 11, 16 und 24. Einen guten Marktüberblick und die Möglichkeit zu direkten Gesprächen mit bekannten Herstellern bietet am 16. März 2007 das Taiwan ICT Industrial Forum auf der CeBIT.

HÄLFTE ALLER LAPTOPS STAMMT AUS CHINA

Das chinesische Festland ist die Produktionsbasis tausender taiwanischer IT-Firmen. Hinzu kommen die großen chinesischen Technologiekonzerne und unzählige flexible Zulieferer für die Elektronikbranche. China setzt verstärkt auf Hochtechnologie. Der chinesische Telekommunikationsausrüster Huawei zum Beispiel verfügt im eigenen Land über 30.000 Entwickler und Ingenieure. Etwa die Hälfte aller weltweit produzierten Laptops stammen aus dem Reich

Für many buyers the first step onto the Asian markets is made in Hanover. „CeBIT counts on the core target groups IT manufacturers and trade,“ explains CeBIT sales director Reinhold Umminger. In the future the business character of the CeBIT, which contrasts with the electronics fairs for consumers, will be highlighted even more intensely. Trade fairs are changing and show the challenges of new internationalisation efforts and fast technological development.

TAIWAN IS LARGEST EXHIBITING NATION AFTER GERMANY

The small island republic of Taiwan boasts 596 exhibitors and is the second-largest exhibiting nation at the CeBIT after Germany. Many medium-sized manufacturers of special electronic components come from Taiwan but also some large groups of companies which are about to establish globally known brands. Taiwanese companies manufacture among other things

95 per cent of all W-LAN sets and 79 per cent of all motherboards sold worldwide. The semi-governmental Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) organises joint presentations in Halls 11, 16 and 24. The Taiwan ICT Industrial Forum, presented at the CeBIT on 16 March, 2007, provides a good market overview and a chance to directly speak with representatives of well-known Taiwanese manufacturers.

HALF OF ALL LAPTOPS ARE OF CHINESE ORIGIN

The Chinese mainland is the production base for thousands of Taiwanese IT firms. In addition there are the large Chinese technology organisations and countless flexible suppliers for the electronics industry. China is increasingly focusing on high technology. The Chinese telecommunication supplier Huawei, for instance, has more than 30,000 developers and engineers in its own country. About half of all laptops manufactured globally are of Chinese

der Mitte. Südchina mit Shenzhen als Produktionszentrum für elektronische Teile, Computer und Telekommunikation ist auf der CeBIT mit Gemeinschaftsständen vertreten. Elektronik für die Industrie kommt aus dem Großraum Shanghai. Beijing ist ein Zentrum für Software-Entwicklung und Forschung.

ZUKUNFTSTRENDS AUS HONGKONG

Die chinesische Sonderverwaltungszone Hongkong ist eine Handelsdrehscheibe, etwa die Hälfte der Exporte entfallen auf Elektronik. Durch Zollvergünstigungen stiegen im vergangenen Jahr die Exporte nach China stark an. Hongkong ist weltweit zweitwichtigster Exporteur von Radios, Computerteilen und Videorekordern. 170 Aussteller zeigen auf der CeBIT neue Produkte und Trends, davon etwa 80 in der Gemeinschaftsbeteiligung des Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) in **Halle 20**. Der Schwerpunkt liegt bei Computer-Hardware. Hongkong zeichnet sich durch eine große Begeisterung für Technik aus, Zukunftstrends werden hier geboren. In Hannover sind zum Beispiel solarbetriebene Handys, Minicomputer und Kameras zu sehen. Telekommunikation aus Hongkong ist in den **Hallen 12 und 13** ausgestellt.

SINGAPUR BIETET ZUVERLÄSSIGE QUALITÄT

In **Halle 2** ist der Singapore-Pavillon mit etwa 20 Ausstellern. Schwerpunkte sind Sicherheitssysteme, Speichermedien, Navigationssysteme sowie Internet-Telefonie. „Die Stärken unserer Unternehmen liegen in ihrer hohen Zuverlässigkeit, der Spitzenqualität sowie dem ausgefeilten Vertriebs- und Marketingnetzwerk“, erklärt Kiat Loon Cheng von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft International Enterprise Singapore, die den Gemeinschaftsstand mitorganisiert.

NEUHEITEN AUS JAPAN

Aus Japan sind vor allem die technischen Neuheiten der großen Techno-

logiekonzerne von Interesse. Mit einer Bildröhre von 108 Zoll (etwa 2,74 Meter) präsentiert Sharp auf der diesjährigen CeBIT den größten LCD-Fernseher der Welt. NEC stellt den ersten LCD-LED-Projektor im Hosentaschenformat vor.

SÜDKOREA PRÄSENTIERT VOR ALLEM KONSUMELEKTRONIK

Auf den vom Korea Trade Center (KOTRA) betreuten Gemeinschaftsständen in den **Hallen 19, 21 und 23** stellen insgesamt 102 Unternehmen aus. „Ein großer Teil unserer Aussteller bringt Konsumelektronik mit. Darunter sind einige spannende technische Highlights zu finden“, erklärt Insung Park vom Hamburger Kotra-Büro. Telekommunikation und Computertechnik sind weitere Ausstellungsschwerpunkte. Die Korea Electronics Association (KEA) beziffert den Produktionswert der so genannten digital-elektronischen Industrie des Landes für das Jahr 2006 auf etwa 183 Mrd EUR. Gegenüber 2005 sei dies ein Zuwachs in Höhe von 6,3 Prozent.

OUTSOURCING NACH INDIEN

Die Internationalisierung steht in einigen Bereichen noch am Anfang. Dies wird deutlich bei der Verlagerung von kompletten IT-Dienstleistungen. In **Halle 8** dreht sich auch dieses Jahr wieder alles um das Zukunftsthema Outsourcing. Besonders indische Anbieter sind interessant. In Hannover präsentieren sich nicht nur Unternehmen aus der Software-Hochburg Bengaluru (Bangalore), sondern auch aus neuen, aufstrebenden Technologieclustern wie zum Beispiel Westbengalen. Erstkontakte zu verschiedenen Anbietern sind in Hannover leicht zu knüpfen. Outsourcing bringt nur etwas, wenn auch die Qualität, die Termineinhaltung und das Kostenmanagement gesichert sind. Diese Fragen, die den finanziellen Erfolg eines Projekts ausmachen, können in der „Outsourcing Area“ in **Halle 8** umfassend diskutiert werden. ☉

origin. South China, where Shenzhen is the production centre for electronic parts, computers and telecommunication, has joint presentations for its companies at the CeBIT. The electronics for the industry comes from the Shanghai metro area. Beijing is a centre for software engineering and research.

FUTURE TRENDS MADE IN HONG KONG

The Chinese special administrative region Hong Kong is a trade hub, and about half of the exports are electronics. Due to preferential customs treatment, the exports into China increased tremendously in the last year. Currently, Hong Kong is the second-largest exporter of radios, computer parts and video recorders worldwide. 170 exhibitors will present new products and trends at the CeBIT, of which 80 are part of the joint participation of the Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) in **Hall 20**. The focus is on computer hardware. Hong Kong stands out due to its huge enthusiasm for technology; future trends are born here. In Hanover, solar-driven mobile phones, mini computers and cameras are among the products shown. Telecommunication from Hong Kong is presented in **Halls 12 and 13**.

SINGAPORE OFFERS PREMIUM QUALITY

Hall 2 is the Singapore pavilion with around 20 exhibitors. Focal points are security systems, storage media, navigation systems and internet telephony. „The strengths of our companies are high reliability, world-class quality and sophisticated sales and marketing networks“, says Kiat Loon Cheng of the business promotion organisation International Enterprise Singapore, which helps in organising the joint presentation.

NEWS FROM JAPAN

The interesting contributions from Japan consist mainly of the new products of the technological giants. At this year's CeBIT, Sharp will present the world's largest LCD TV with a screen size of 108 inch (approximately 2.74

metres). NEC introduces the first pocket-sized LCD LED projector.

SOUTH KOREA PRESENTS MAINLY CONSUMER ELECTRONICS

The joint presentations covered by the Korea Trade Center (KOTRA) in **Halls 19, 21 and 23** are populated by not less than 102 companies. „A large part of our exhibitors will showcase consumer electronics. Among them there will be some exciting technical highlights“, explains Insung Park of the Kotra office in Hamburg. The Korea Electronics Association (KEA) assesses the production value of the so-called digital-electronic industry in the country for 2006 to be around 183 billion EUR (237 billion

EXHIBITORS FROM ASIA

Taiwan	596
China	464
South Korea	215
Hong Kong	183
India	44
Singapore	30
Malaysia	21
Japan	17
Thailand	10

SOURCE: DEUTSCHE MESSE AG

USD). This constitutes a rise of 6.3 per cent compared with 2005.

In some areas, internationalisation is still at the very beginning. An example for this is the relocation of entire IT service packages. As in previous years, in **Hall 8** everything centers around outsourcing – the topic of the future. Particularly Indian providers are of interest. In Hanover not only companies from the software stronghold Bengaluru (Bangalore) are present, but also some from up-and-coming technology clusters such as West Bengal. Initial contacts to various providers are easy to find in Hanover. Outsourcing is valuable only if quality, adherence to delivery dates and cost management are ensured. These questions which are critical for the financial success of a project, can be discussed in detail in the „Outsourcing Area“ in **Hall 8**. ☉

ZWEI FLANKIERENDE KONGRESSE TWO ACCOMPANYING CONGRESSES

ASIA PACIFIC SOURCING WÄCHST

ASIA PACIFIC SOURCING IS GROWING

LOCAL GLOBAL

DIE ASIA PACIFIC SOURCING IN KÖLN baut ihr Produkt- und Kompetenz-Angebot weiter aus. Vom 4. bis 6. März 2007 werden etwa 700 Aussteller, laut dem Veranstalter Koelnmesse 150 mehr als zur Premiere 2005, in der Messehalle 11 ihr Angebot aus den Bereichen Haushaltswaren und Heimwerkerbedarf, Garten und Freizeit, Ambiente sowie erstmals Haushalts-Elektrogeräte präsentieren.

Die Koelnmesse rechnet an den drei Messtagen mit 9.000 Besuchern. Wer sich bis 3. März 2007 online registriert (www.asiapacificsourcing.de), für den ist der Eintritt kostenlos. Parallel zur Veranstaltung begleiten zwei Fachkongresse die Messe. Dort stellen Experten ihr Wissen mit Schwerpunkt Fernost in den Mittelpunkt und informieren über allgemeine Branchenthemen.

WORKSHOP SOURCING ASIA

Am Montag, den 5. März 2007, findet im Kongresszentrum Ost in den Räumen 4 und 5 der Workshop „Sourcing Asia“ statt. Diesen eintägigen Workshop, der wichtige Themen für das Geschäft mit der Asien-Pazifik-Region behandelt, veranstaltet local global,

Stuttgart, zusammen mit der Koelnmesse. Grundlagenkenntnisse für das Sourcing-Geschäft in Fernost, neue Vertriebskonzepte im Zusammenspiel der europäischen und asiatischen Märkte sowie neue Wege der Beschaffung werden dort ebenso auf der Agenda zu finden sein wie Vorträge über Qualitätsstandards und Zertifikate sowie Best-Practice-Berichte. Die Teilnahme ist kostenlos.

NON-FOOD-KONFERENZ

Eine weitere Konferenz fokussiert unternehmensübergreifende Prozesse und Vermarktung in der Non-Food-Branche. Ausgerichtet wird der Kongress von der GS1 Germany GmbH, Köln. Die Teilnahmegebühr beträgt 995 EUR. ☉

THE ASIA PACIFIC SOURCING IN COLOGNE continues to expand the products and competencies it offers. From March 4 - 6, 2007, about 700 exhibitors, which according to organiser Koelnmesse is 150 more than at the premiere event in 2005, will present their offerings in the areas of household goods and DIY supplies, garden and leisure, lifestyle and, for the first time, electric household appliances in hall 11.

Koelnmesse expects 9,000 visitors during the three day event. Free entry tickets are supplied to everyone who registers online before March 3, 2007 (www.asiapacificsourcing.de). Two professional congresses will take place concurrent to the trade fair. There experts will focus on their knowledge of the Far East and provide information on general industry topics.

WORKSHOP ON SOURCING ASIA

On Monday, March 5, 2007, the workshop „Sourcing Asia“ takes place in the Kongresszentrum Ost in the rooms 4 and 5. This one-day professional congress, highlighting important issues for business in the Asia Pacific region, will be organised by local global,

from Stuttgart, in cooperation with Koelnmesse. Basic knowledge for the sourcing business in the Far East, new sales concepts for the interaction between European and Asian markets and new procurement methods will be on the agenda there as well as lectures on quality standards, certificates and best practice reports. Participation is free of charge.

NON-FOOD CONFERENCE

Another conference is focussing on cross-organisational processes and marketing in the non-food industry. The organiser of the congress is GS1 Germany GmbH, Cologne. The participation fee is 995 EUR plus VAT. ☉

PROGRAMM PROGRAMME

Sourcing Asia Workshop 5. March 07
Congress-Centre East Koelnmesse/Conference Rooms 4 and 5

KNOW-HOW

- 10.00 China in the World**
Market • Hans Gäng, Publisher sourcing_asia, local global GmbH
- 10.30 Identification and Audit of Asian Suppliers (India, China) - The key to successful sourcing in Asia** • Guido vom Berge, Partner, pgmc & company

- 11.00 International Commercial Law - Sourcing in Asia and Legal Implications** • Dr. Gregor Zeifang, Lawyer, CMS Hasche Sigle, Colin Liu, Lawyer, CMS Hasche Sigle Shanghai
- 11.30 EU Import Regulations and Quality Management**
Sebastian Maling, Sourcing Manager, sourceit GmbH
- 12.00 Logistics Service Providers for Asia**

LOCATIONS

- 14.00 Overview: Asia Markets**
- 14.30 Interesting Locations for Business in China - Examples** • Wilfried Scholz, CEO, Wilfried Scholz Unternehmensberatung – Germany
- 15.00 Trade and Economy in Taiwan** • Angela Chang, Managing Director, Taiwan Trade Center Düsseldorf (TAITRA)

- 15.30 Trade and Economy in India**
Dr. Johannes Wamser, Managing Director, India Consult
- 16.00 Practical information and best practice for outsourcing with special attention to India** • Falk-Alexander von Oeynhausen, Owner of Asia Strategic Associate Partners

KONTAKT CONTACT

local global GmbH
Katarína Vrbjárová
Tel: 0711-225588-22
vrbjarova@localglobal.de



Worldwide

Global Procurement Services

Service

Procurement

Consulting

www.gps-logistics.com

Quality

Logistics

Sales support

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

in cooperation with:

gic / AHK / BME



KOOPERATION COOPERATION

AchemAsia soll das Entstehen von Partnerschaften in Wissenschaft, Industrie und beim Technologietransfer fördern. AchemAsia seek to foster partnerships in science, industry and technology transfer.

© YALE.EDU

BIOTECHNOLOGY

ACHEMASIA FÖRDERT PARTNERSCHAFTEN ACHEMASIA PROMOTES PARTNERSHIPS

ARTICLE: LOCAL GLOBAL

DIE DECHEMA GESELLSCHAFT für chemische Technik und Biotechnologie e.V. veranstaltet vom 14. bis 18. Mai 2007 zum siebten Mal die AchemAsia in Beijing, eine Veranstaltung für die chemische Prozessindustrie in China und im asiatischen Raum.

THE DECHEMA GESELLSCHAFT für Chemische Technik und Biotechnologie e.V. organises the AchemAsia in Beijing from 14th to 18th May, 2007 for the seventh time, an event for the chemical process industry in China and Asia.

Zielgruppen sind laut Dechema alle Branchen, die Ausrüstungen, Technologien, komplette Problemlösungen und Know-how für die chemische, petrochemische, Pharma- und Lebensmittel-, Biotechnologie- und Umweltschutzindustrie sowie verwandte Branchen der stoffumwandelnden Industrien anbieten oder anwenden.

Die Schwerpunkte der Ausstellung seien chemische Anlagen und Apparate, Prozesstechnik, Petrochemie, Instandhaltung und Qualitätssicherung, Umweltschutz, Wasserbehandlung, Pharmatechnik, Biotechnologie, Lebensmitteltechnik, Agrochemie, Labor- und Analysetechnik sowie Verpackungs- und Lagertechnik.

Im Rahmen eines Kongresses sollen außerdem aktuelle Themen, wie zum Beispiel die Nutzung nachwachsender Rohstoffe für Energie, Chemie und synthetische Kraftstoffe, Good Manufacturing Practice (GMP) in der pharmazeutischen Produktion, industrielle Biotechnologie, moderne Anlagentechnik, Umwelttechnik und industrielles Wassermanagement behandelt werden.

Parallel zur AchemAsia findet eine Biotechnologie-Veranstaltung statt, die neue Partnerschaften zwischen chinesischen und westlichen Unternehmen in Wissenschaft, Industrie und beim Technologietransfer fördern soll. Die Dechema rechnet mit insgesamt 500 Ausstellern aus 25 Ländern und etwa 20.000 Besuchern. ☉

According to Dechema all industries are targeted, which offer or apply equipment, technologies, entire solutions and know-how for the chemical, petrochemical, pharmaceutical, food, biotech and environmental industries as well as for related branches of material transforming industries.

The focus of the trade fair are chemical plants and apparatuses, process technology, petrochemistry, maintenance and quality assurance, environmental protection, water treatment, pharmaceutical technology, biotechnology, food technology, agrochemistry, lab and analysis technology as well as packaging and storage technology.

In addition, current topics such as the use of renewable raw materials for energy, chemistry, and synthetic fuels, good manufacturing practices (GMP) in the production of pharmaceuticals, industrial biotechnology, modern plant engineering, environmental technology and industrial water management are to be discussed.

Simultaneous with the AchemAsia there is a biotech event taking place which is to foster new partnerships between Chinese and Western companies in science, industry and technology transfer. The Dechema anticipates a total of 500 exhibitors from 25 countries and ca. 20,000 visitors. ☉

VISITING SUPPLIERS IS ADVISABLE **BESUCH BEIM LIEFERATEN IST RATSAM**

„SEHEN BESSER ALS HÖREN“ “SEEING IS BETTER THAN HEARING”

INTERVIEW: STEFAN BRUNNER LOCAL GLOBAL

MIT EINER TOCHTERGESELLSCHAFT IN SHANGHAI will die Nürnberg Messe in China wachsen. „Internationalen Einkäufern bieten die Veranstaltungen eine gute Plattform für das Sourcing-Geschäft im Reich der Mitte“, sagt Axel Bartkus, Geschäftsführer der neuen Präsenz, im Interview. **A SUBSIDIARY IN SHANGHAI is supposed to help the Nürnberg Messe grow in China. “These events offer international buyers a proper stage for the sourcing business in China,” says Axel Bartkus, General Manager of the new representation.**

Was sind Ihre Ziele auf dem chinesischen Messemarkt?

An erster Stelle steht für uns weiteres Wachstum. Wir wollen neue Messen entwickeln und etablieren, gleichzeitig den Messe- und Wirtschaftsstandort Nürnberg fördern, die Aussteller- und Fachbesucherzahlen erhöhen sowie unsere Besucherkontakte steigern. Darüber hinaus zählen die Konsolidierung und Sicherung des bestehenden Geschäfts und der bestehenden Kundenkontakte zu unseren angestrebten Zielen.

Warum haben Sie sich für den Standort Shanghai entschieden?

Der Wirtschaftsraum Shanghai ist gemessen an der Zahl der Veranstaltungen und der verfügbaren Ausstellungsflächen das Messezentrum Chinas. Hier finden mehr als 60 Prozent aller Fachmessen statt. Das Gebiet um Shanghai mit den Provinzen Jiangsu und Zhejiang gilt derzeit als wirtschaftliches Zentrum Chinas mit einem sehr hohen Exportanteil und einer weit über dem Landesdurchschnitt liegenden Kaufkraft. Die Hafenmetropole liegt verkehrsgünstig, durchschnittlich nur ein bis zwei Flugstunden von den wichtigsten Zentren Chinas entfernt.

Wie erschließen Sie den Markt? Prüfen Sie Kooperationen?

Wir setzen auf eine intensive Marktbeobachtung, durch die wir Trends und neue Entwicklungen schnell aufspüren

können. Dies ist in einem so großen Territorium mit unterschiedlichen regionalen Märkten wie in der Volksrepublik nicht einfach. Daher suchen und überprüfen wir Kooperationen mit Branchenverbänden und anderen in Frage kommenden Partnern sehr gezielt.

Welche Branchen möchten Sie zukünftig stärker ins Visier nehmen?

Wir richten unser Augenmerk auf Themen, bei denen wir durch unser Nürnberger Messeportfolio eine hohe Branchenkompetenz haben. Daraus resultieren Synergieeffekte. Selbstverständlich passen wir gegebenenfalls die Konzeption der Messe an die lokalen Marktverhältnisse an.

Planen Sie in China Veranstaltungen speziell für Einkäufer?

Unsere Messen sind sowohl auf die Bedürfnisse der Einkäufer als auch die der Exporteure abgestimmt. China ist traditionell eine exportorientierte Volkswirtschaft mit zum Teil staatlicher Förderung. Auf unseren Messen findet der internationale Einkäufer eine gute Plattform für das Sourcing-Geschäft in China. Dabei ist es ratsam, auf den Messen entstandene Kontakte durch einen Besuch im Unternehmen des Anbieters auszubauen und zu festigen. Für eine Messeteilnahme sollten daher immer ein oder zwei Tage mehr eingeplant werden. Auch in China gilt: „Einmal sehen ist besser als hundert Mal hören.“ ☺

What are your goals in the Chinese trade fair market?

Our top priority is to continue to grow. We want to develop and establish new exhibitions and, at the same time, promote Nürnberg as an exhibition and business location, increase exhibitor and visitor numbers and improve our visitor contacts. Additionally, the consolidation and protection of our existing business and customer contacts are part of our planned targets.

Why have you chosen Shanghai as your location?

The Shanghai economic area is China's leading exhibition centre by number of events and available exhibition space. More than 60 per cent of all trade fairs take place here. The area around Shanghai including the provinces of Jiangsu and Zhejiang is considered to be China's current economic centre, featuring a very high export rate and a buying power that is far above the country's average. The harbour city is also easy to reach, with flight times of between one and two hours to the most important Chinese cities.

How are you going to open up the market? Are you looking at cooperations?

We focus on intensive market observation, enabling us to quickly detect trends and new developments. This is not easy in a territory as big as China's with its quite diverse regional markets.



AXEL BARTKUS
GESCHÄFTSFÜHRER DER NÜRNBERG
MESSE CHINA CO., LTD. GENERAL MANA-
GER OF NÜRNBERG MESSE CHINA CO., LTD.

Therefore we are specifically investigating cooperations with trade associations and other possible partners.

Which industries would you like to penetrate more strongly in the future?

We concentrate on segments in which we have a strong business competence, based on our exhibition portfolio in Nuremberg. This will lead to synergies. If need be, we will certainly adjust the exhibition concept of a trade fair to local market conditions.

Do you plan specific events for buyers in China?

Our exhibitions are taking care of the interests of buyers as much as those of exporters. Traditionally, China has an export-oriented economy, that is in part being promoted by the State. Our trade fairs present a good stage for sourcing business in China to an international buyer. It is advisable to expand on and strengthen new contacts with a visit to the supplier's company. Therefore, one or two days should be reserved when taking part in a trade fair. Also in China one thing remain true: "Seeing it once is better than hearing it a hundred times". ☺

CHINA MANAGER IHK

LOCAL GLOBAL

Das Chinaforum Bayern bietet eine Schulung zum „China Manager IHK“ an. In vier Schulungswochen vermittelt der Intensivkurs praxisnahe Kenntnisse über den Wirtschafts-, Rechts- und Kulturraum China und bereitet die Teilnehmer auf ihre Aktivitäten im Reich der Mitte vor. Von Landeskunde über politische und wirtschaftliche Strukturen, Recht und Finanzierung bis hin zu interkulturellen Unterschieden werden laut

Chinaforum Bayern alle Inhalte behandelt, die für ein erfolgreiches China-Engagement wichtig sind. Zielgruppe des Trainings sind Fach- und Führungskräfte bayerischer, insbesondere mittelständischer Unternehmen, die bereits geschäftlich in China aktiv sind oder in Zukunft vom China-Boom profitieren wollen.

Ein Abschluss mit IHK-Zertifikat ist möglich. Der erste Kursblock beginnt am **26. Februar 2007 in München**. Am

16. April 2007 folgt Augsburg und ab **9. Juli 2007** beginnt die erste Kurswoche in **Nürnberg**. ☺

Kontakt

Chinaforum Bayern e.V., München
Stefan Geiger
Telefon: 089/89465890
Telefax: 089/89465895
geiger@chinaforumbayern.de
www.chinaforumbayern.de

CHINA AUS ERSTER HAND

LOCAL GLOBAL

Die Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart veranstaltet am **14. März 2007** ein Wirtschaftsforum, in dem Manager deutscher Unternehmen in China und Geschäftsführer der Auslandshandelskammer China (AHK China) sowie deren Vertreter in Deutschland über ihre Erfahrungen im Chinageschäft berichten.

Die Teilnehmer erhalten aktuelle Informationen zu den Wirtschaftsstand-

orten im Reich der Mitte. In vier Workshops werden konkrete Themen, wie zum Beispiel Ausbildung und Forschung und Entwicklung in der Volksrepublik, Technologietransfer sowie Marktstrategien für die Umwelt- und Prozesstechnologie, behandelt. Außerdem steht der Erfahrungsaustausch im Vordergrund. Als Experten haben bereits zugesagt der deutsche Botschafter in Beijing, Volker Stanzel,

sowie der Präsident der AHK und Chef von Siemens in China, Richard Hausmann. ☺

Kontakt

IHK Region Stuttgart
Dorothee Bütow
Telefon: 0711/2005-236
Telefax: 0711/2005-410
zvm@stuttgart.ihk.de

WIRTSCHAFTSTAG VIETNAM

LOCAL GLOBAL

Das Reformtempo in Vietnam beschleunigt rasant. Das Land gehört mit seinen 80 Millionen Einwohnern neben China zu den am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften Asiens.

Getragen wird der wirtschaftliche Aufschwung nach Angaben der Industrie- und Handelskammer (IHK) für Rheinhessen von den Branchen Elektronik,

Telekommunikation, Stahl und Nahrungsmittelverarbeitung. Deutschland gehöre zu den wichtigsten Exportmärkten Vietnams.

Auf dem Wirtschaftstag Vietnam am **29. März 2007 in Mainz** diskutiert die IHK für Rheinhessen zusammen mit dem Ostasiatischen Verein, Hamburg, die Marktchancen für den deutschen Mittelstand. Experten informie-

ren über den Marktzugang und aktuelle Entwicklungen. ☺

Kontakt

IHK für Rheinhessen, Mainz
Ute Lachmayer
Telefon: 06131/262-1707
Telefax: 06131/262-2707
ute.lachmayer@rheinhausen.ihk24.de

KOREA-REISE FÜR UNTERNEHMER

Als industrialisierte Volkswirtschaft mit Wachstumsraten von vier bis fünf Prozent ist Korea ein attraktiver Markt für deutsche Unternehmen. Der bilaterale Handel wächst stetig und deutsche Unternehmen investieren vor Ort sehr gewinnbringend. Nach Angaben des Ostasiatischen Vereins (OAV), Hamburg, finden besonders Spezialmaschinen, Werkzeugmaschinen, Elektrotechnik und andere hochqualitative Investitionsgüter starken Absatz. Durch die Alterung der koreanischen Gesellschaft und den wachsenden Wohlstand würden auch zunehmend Produkte der Medizintechnik und Arzneimittel nachgefragt. Hohe staatliche Investitionen sowie der innovative Konsumgütermarkt machten das Land zu einem attraktiven Standort für Forschung und Entwicklung.

Um deutschen Unternehmen die Möglichkeit zu geben, den Markteinstieg in Korea effizient zu gestalten, veranstalten die Auslandshandelskammer Korea und der OAV vom **15. bis 21. April 2007** eine Unternehmerreise. Die Teilnahme steht allen deutschen Unternehmen offen, richtet sich aber in erster Linie an Unternehmen aus technologieintensiven Branchen. Neben individuell organisierten Kontaktbörsen in Seoul und in der Provinz Kyungnam, dem industriellen Zentrum im Südosten des Landes, beinhaltet das Programm Gespräche mit Vertretern von Instituten und Verbänden unter anderem aus dem Bereich Bio- und Nanotechnologie, Besuche bei Firmen und in einem Forschungszentrum. ☺

Kontakt

Ostasiatischer Verein (OAV), Hamburg
Ruth Schneider
Telefon: 040/357559-15
schneider@oav.de

Partners in logistics

Competent, flexible, reliable:
Together we will find the
optimum solution for your
company.

www.birkart.com



Head Office:

Birkart Globistics GmbH & Co.
Logistik und Service KG
Aschaffenburg, Germany
Phone: +49-6021-343-9001
E-Mail: info@birkart.com

More than 30 branches in Asia



simply worldwide



A Thiel Group
Company

GANZ **ENTSPANNNT** BEIM **CHINA VERSAND**

**BEST
LOGISTICS
PROVIDER
CHINA 2005**

Das macht auch Ihre China-Logistik so entspannend: Ein Team von über 4.500 Mitarbeitern in 79 Niederlassungen vor Ort. Mehr als 19 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

