

Indien



Neue Kontakte

Die deutsche Elektroindustrie entdeckt Indiens boomende Märkte

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

LANG ERWARTETER AUFSCHWUNG

INDIENS AUFSCHWUNG war schon so lange vorhergesagt, dass Skeptiker gar nicht mehr an ihn glauben mochten. Aber – alle auch weltwirtschaftlichen Unwägbarkeiten beiseite lassend – kann man heute davon ausgehen, dass sich die wirtschaftliche Dynamik Indiens verstetigt.

Selbstverstärkende Effekte sind zu erwarten: Wenn es der Regierung gelingt, die anvisierten zweistelligen Wachstumszahlen zu erreichen, hilft dies bei der Armutsbekämpfung und erhöht die Akzeptanz in der Bevölkerung für dringend erforderliche weitere Liberalisierungsschritte und Strukturereformen, vor allem bei den Staatsbetrieben.

Die Demokratie Indien hat mit ähnlichen Herausforderungen zu kämpfen, wie der Nachbar und Rivale China, dessen Erfolgsmodell Indien nun in Teilen

kopiert. Weiterhin grassierende Armut, ein deutliches Stadt-Land-Gefälle, Umweltbelastungen und der Bedarf an knappen Ressourcen, um die Wachstumsmaschine am Laufen zu halten, stellen auch die indische Regierung vor schwierige Managementaufgaben. Die erfolgreichen Privatunternehmen und ihr wirtschaftliches Know-how können wesentlich dazu beitragen, dass diese erfolgreich bewältigt werden. Ihr unternehmerischer Geist und ihre internationale Erfahrung werden auch bei der weiteren Öffnung des Landes für ausländische Engagements helfen. Indische Unternehmen sind teilweise harte Wettbewerber, aber auch realistische Partner und Kunden deutscher Unternehmen.

Der Ausbau der indischen Industrie, den die Regierung auch mit Blick auf dringend benötigte Arbeitsplätze energisch vorantreiben wird, schafft

auch für deutsche Unternehmen große Potenziale. Diese gilt es wahrzunehmen, denn die internationale Konkurrenz – auch aus der asiatisch-pazifischen Region – schläft nicht. Wie im Falle Chinas ist es aber sinnlos, in Goldgräberstimmung auszubrechen und einen Run ohne Bedenken von Risiken und ohne Bewertung von Marktchancen auszurufen.

Der Markteinstieg in Indien mag zwar mühsam sein, er birgt vermutlich aber weniger Unwägbarkeiten in sich als eine Investition in China. Es wird also Zeit, dass auch die deutsch-indischen Wirtschaftsbeziehungen an Schwung gewinnen. Der enorme Anstieg der deutschen Exporte in den vergangenen Jahren darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Volumen insgesamt noch bescheiden ist und dass der deutsche Anteil an den boomenden Einfuhren Indiens sogar leicht gesunken ist.



DR. MONIKA STÄRK GESCHÄFTSFÜHRERIN,
OSTASIATISCHER VEREIN E.V. (OAV), HAMBURG

IMPRESSUM

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

Abonnement
www.sourcing-asia.de

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

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

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

Layout: Olga Lukomska
Titelseite: Christoph Schulz-Hamparian
Druck: J.F. Steinkopf Druck GmbH, Stuttgart
Titelfoto: Festo AG & Co. KG

INHALT

TREND

- 04 Deutsche Firmen in Indien: „Die Erfolgsbilanz ist sehr eindrucksvoll“

MÄRKTE

- 06 Neue Schaltkreise unter Spannung: Indiens Elektromarkt boomt
- 08 Gewusst wo: Chancen gibt es in mehreren Branchensegmenten

PRAXIS

- 12 Strategien für Markteintritt und Geschäftsaufbau
- 13 Trotz liberalisiertem Markt: Hindernisse lauern weiterhin

BEST PRACTICE

- 14 PhoenixContact, Rittal, Valtech: Erfolgsrezepte im Indien-Geschäft

BUSINESS CULTURE

- 16 Persönliche Beziehungen sind das A und O

MESSEN

- 18 Indischer Messemarkt wächst kräftig

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

ELEKTROBRANCHE GEWINNT MARKTANTEILE IN INDIEN

„DIE ERFOLGSBILANZ IST SEHR EINDRUCKSVOLL“

INTERVIEW: STEFAN BRUNNER LOCAL GLOBAL

DIE DEUTSCHE ELEKTROINDUSTRIE macht gute Geschäfte in Indien. Viele Unternehmen gewinnen Marktanteile hinzu. „Der Riesen-Vorteil Indiens gegenüber anderen asiatischen Standorten ist die Rechtssicherheit“, sagt Friedhelm Loh, Präsident des ZVEI – Zentralverband Elektrotechnik und Elektronikindustrie.

Der ZVEI will das Indien-Geschäft seiner Mitgliedsfirmen zukünftig intensiver unterstützen. Warum?

Die deutschen Elektroausfuhren nach Indien haben in den ersten drei Quartalen 2006 um etwa 40 Prozent zugenommen. Damit wird deutlich, dass

die deutsche Elektrotechnik- und Elektronikindustrie mit ihren Ausfuhren am boomenden indischen Wachstum teilnimmt. In diesen Zahlen wird noch nicht deutlich, dass viele Mitgliedsfirmen, mein Unternehmen eingeschlossen, bereits mit eigenen Gesellschaften

seit Jahren in Indien aktiv sind. Deren Umsätze und Zuwächse finden im Rahmen der deutschen Statistik gar keinen Niederschlag. Blickt man auf die enormen Bedürfnisse des Infrastrukturausbaus in Indien, so wird deutlich, wie im Zuge des Wirtschaftswachstums Indiens auch die Chancen für weiteres Geschäft zugenommen haben und weiter zunehmen werden.

Im Handel mit Indien mit Elektrotechnik und Elektronik liegt Deutschland noch weit hinter China, Südkorea und den USA zurück. Wie können die deutschen Firmen Boden gut machen?

Wenn Sie die Position der chinesischen, koreanischen und US-amerikanischen Exporteure auf dem indischen Markt ansprechen, so muss man natürlich bedenken, dass nicht alle Marktteilnehmer in den gleichen Marktsegmenten tätig sind. Konkret heißt das, dass China, Südkorea und die USA vorwiegend elektronische Erzeugnisse der Kommunikations- und Computertechnik sowie Unterhaltungselektronik liefern. Deutsche Elektrohersteller haben

ihre Stärken zum Beispiel bei Transformatoren, Stromversorgung, Antennen, Installationsgeräten und -systemen sowie Elektromedizin. Darüber hinaus können sich Unternehmen der Automatisierungstechnik mit Elektromotoren, Schaltgeräten, Messtechnik und Energietechnik besonders gut im indischen Markt behaupten. Dass die einzelnen Nationen ihre Stärken auf unterschiedlichen Teilsektoren entwickeln, liegt im Zuge der internationalen Arbeitsteilung auf der Hand. Letztendlich zählen in der Jahresstatistik die Summenwerte und da schneiden die deutschen Exporteure gegenüber den genannten Nationen leider noch etwas schlechter ab. Dass die Märkte, in denen sich die ZVEI-Mitgliedsfirmen engagieren, die von den anderen Nationen bearbeiteten Massenmärkte einmal übertreffen werden, ist nicht sicher. Aber viele deutsche Unternehmen erobern Marktanteile in Indien. Das gelingt nur durch bessere Produkte und Dienstleistungen. Entscheidend ist, wie gut sich die deutschen Unternehmen in ihren jeweiligen Segmenten durchsetzen können. Hier ist die Erfolgsbilanz sehr eindrucksvoll.

„Zur Sicherung des Standorts Deutschland gehört zwangsläufig die Eroberung attraktiver Auslandsmärkte. Dazu gehört zweifelsfrei Indien.“

FRIEDHELM LOH

PRÄSIDENT DES ZVEI – ZENTRALVERBAND
ELEKTROTECHNIK UND ELEKTRONIKINDUSTRIE



© LOCAL GLOBAL

REKORDJAHR IM INDIENGESCHÄFT

Im Jahr 2006 haben die Handelsaktivitäten der Elektrotechnik- und Elektronikindustrie mit Indien stark zugenommen. Allein in den ersten drei Quartalen des vergangenen Jahres ist der Export um etwa 40 Prozent gestiegen.

Die Position der deutschen Industrie auf dem indischen Markt ist trotz der hohen Wachstumsraten aber noch ausbaufähig. Ein großes Plus Indiens ist seine Bevölkerung mit 22 Millionen Studenten und drei Millionen Hochschulabsolventen pro Jahr.

Neben dem hohen Industriewachstum von zuletzt 10,9 Prozent im zweiten und dritten Quartal 2006 geben auch die staatlichen Pläne zum Ausbau der Infrastruktur entscheidende Impulse. Für Transport und Verkehrsinfrastruktur werden Investitionsprogramme in Höhe von 5,7 Mrd USD aufgelegt.

Der notwendige Ausbau der Energieversorgung ist eine weitere große Chance für die deutsche Elektroindustrie. Riesige Chancen für die Halbleiterindustrie schaffen überdies die zu erwartenden 150 Mrd USD, die Indien in die Modernisierung seiner Telekommunikation investieren will.

Wie bewerten Sie das Investitionsumfeld in Indien? Auf welche Probleme stoßen ausländische Unternehmen?

Indien hat anderen asiatischen Investitionsstandorten gegenüber einen Riesenvorteil: Der Schutz geistigen Eigentums sowie Rechtssicherheit sind weitgehend gewährleistet. Das heißt nicht, dass in Indien keine Probleme mit Markenrechten oder dem Schutz von Patenten und Warenzeichen aufkommen. Der entscheidende Unterschied ist die zwar langsame aber gründlichere und verlässlichere indische Rechtspflege. Grundsatzurteile und Rechtstitel, die in einem Landesteil erworben werden, sind auch in anderen Landesteilen gültig und anerkannt. Das ist zum Beispiel ein wesentlicher Unterschied zu China.

In Deutschland befürchten viele Firmen einen Fachkräftemangel an Elektrotechnikern und Informatikern. Wie sieht die Situation in Indien aus?

Bis vor wenigen Jahren war Indien – und ist es in vielen Landesteilen auch heute noch – ein armes Schwellenland. Mit großem Aufwand wurden Alphabetisierungskampagnen betrieben. Trotz der zum Teil archaischen Grundstrukturen ist es gelungen, den

Stellenwert von Bildung und Ausbildung in der indischen Gesellschaft wesentlich zu erhöhen. Das drückt sich in der Zahl der Schüler und Studenten aus, besonders in den naturwissenschaftlichen Fächern. In einigen Landesteilen ist der Sprung vom Agrarzeitalter ins Dienstleistungszeitalter geglückt. Bengaluru (Bangalore) ist dafür ein besonders herausragendes Beispiel. Trotz der vielen Naturwissenschaftler und Softwarespezialisten, die jedes Jahr die Universitäten verlassen, muss man bedenken, dass die Bildungsunterschiede innerhalb des Landes weiterhin hoch sind. Landeskennern sprechen daher von einem dringend notwendigen innerindischen Ausgleich des Bildungsniveaus. Über das ganze Land betrachtet gibt es in Indien nach wie vor einen Mangel an qualifizierten Arbeitskräften. Zwar bildet das Land etwa 500.000 graduierte Ingenieure jährlich aus. Bei einer Gesamtbevölkerung von etwa 1,3 Milliarden Menschen relativiert sich jedoch auch diese Zahl. Hinzu kommt, dass nach Einschätzung der Asiatischen Entwicklungsbank nur ein Viertel der graduierten Ingenieure einsetzbar ist. Von diesem Viertel ist nur die Hälfte für die Informationstechno-

logie qualifiziert. In absoluten Zahlen sind das aber immer noch mehr als die jährlich etwa 40.000 in Deutschland ausgebildeten Ingenieure.

Welche Hilfe bieten Sie ihren Mitgliedern im Indien-Geschäft konkret an?

Der ZVEI ist eine Informationsplattform und qualifizierte Drehscheibe für den Erfahrungsaustausch der Mitglieder. Innerhalb des ZVEI gibt es den Außenwirtschaftsausschuss, der hochqualifiziert besetzt ist und Informationen aus den einzelnen Ländern sammelt und wichtige Entwicklungen an die Unternehmen beziehungsweise Entscheidungsgremien weiterleitet. Er ist auch der Initiator von Veranstaltungen, wie zum Beispiel des Außenwirtschaftskolloquiums, das sich im vergangenen Jahr intensiv mit Indien beschäftigt hat. Hier wurden entscheidende Kontakte hergestellt und Entscheidungshilfen gegeben. Themen wie Zertifizierung, Technologietransfer, Marktzugangsprobleme und andere wurden erörtert.

Neben Indien ist China der zweite große Riese in Asien. Welcher ist attraktiver?

Das lässt sich so pauschal nicht sagen. Ein altes Sprichwort sagt: Der vorsich-

tige Kaufmann sortiert nicht sämtliche Eier in einen Korb. Übertragen soll das heißen: Sowohl Indien als auch China bieten große Potenziale. Die Unternehmen müssen abwägen, inwieweit ihr Liefer- und Leistungsportfolio mehr dem einen oder dem anderen Markt entspricht. Für die meisten Unternehmen und Branchen sind beide Märkte hoch attraktiv. Der ZVEI unterstützt deshalb seine Mitglieder intensiv. Denn zur Sicherung des Standorts Deutschland gehört zwangsläufig die Eroberung attraktiver Auslandsmärkte. Dazu gehört zweifelsfrei Indien. ☉



INDIENS ELEKTRONIKMARKT BOOMT

NEUE SCHALTKREISE UNTER SPANNUNG

ARTICLE: JOHANNES M. BÖHMER KPMG, EMERGING MARKETS PRACTICE, LÄNDERSPEZIALIST INDIEN
GAUTAM CHEMBURKAR KPMG, EMERGING MARKETS PRACTICE, LÄNDERSPEZIALIST INDIEN

GETRIEBEN VOM EINHEIMISCHEN KONSUM hat die indische Elektronikindustrie Mühe, den Bedarf an Komponenten und Fertigern für Endverbraucher zu befriedigen. Auch in anderen Sparten, etwa dem Energiesektor, eröffnet das Wirtschaftswachstum des Landes Investoren attraktive Produktions- und Marktchancen.

Es gibt viele Bilder, die die schnell wachsende Wirtschaft in Indien beschreiben. Da heißt es, sie sei voll in Fahrt geraten, sie sprühe Funken oder sie brodele. Ob Auto, Kraftwerk oder Herdplatte – die Elektroindustrie spielt oft eine Schlüsselrolle bei all den Beispielen, die Beobachter für die Wachstumsgeschichte Indiens heranziehen. Mit jedem Entwicklungsschritt, den das Land in seiner wirtschaftlichen Entwicklung voranschreitet, steigen auch die Einsatzmöglichkeiten und Steigerungspotenziale für die Elektronikbranche in Indien. Gegenwärtig verzeichnet die Industrie ein Marktvolumen von mehr als zwölf Mrd USD. Im internationalen Vergleich ist das noch weit entfernt von der Weltspitze – gerade mal rund zwei Prozent steuert die Industrie damit zum nationalen Bruttoinlandsprodukt bei. In den kommen-

den fünf Jahren könnte die Branche jedoch laut Branchenprognosen ihr Marktvolumen auf rund 40 Mrd USD mehr als verdreifachen.

ELEKTRONIKINDUSTRIE PROFITIERT DOPPELT

Dank des vielseitigen Repertoires von Schaltkreisen und Displays, Generatoren und Steuerungstechniken profitiert die Industrie doppelt von der Dynamik der indischen Wirtschaft. Auf der einen Seite beflügelt der wachsende Konsum der indischen Bevölkerung die Nachfrage nach Mobiltelefonen, Fernsehern und weißer Ware. Auf der anderen Seite sorgt die ansteigende Industrieproduktion im Land zunehmend für neue Absatzmärkte und Nachfrage bei einer breiten Palette von Elektroerzeugnissen – von tonnenschweren Stromgeneratoren über au-

tomatisierte Fertigungstechnik bis hin zur Mikroelektronik. Bereits seit einigen Jahren muss der Bedarf der indischen Wirtschaft verstärkt durch Importe gestillt werden, da die Produktionskapazitäten der einheimischen Firmen nicht schnell genug wachsen.

Dabei stand der einheimische Markt lange Zeit nicht im Mittelpunkt der Unternehmensstrategien indischer oder ausländischer Konzerne. Mitte der 1990er Jahre bemühte sich die Regierung in Neu Delhi, die Elektronikindustrie mit Steueranreizen und Zollerleichterungen zu einer Säule ihrer Exportwirtschaft zu entwickeln. Doch im Zusammenspiel der Standortfaktoren, die über eine Ansiedlung ausländischer Investitionen im Land entscheiden, fehlten dem Land zu diesem Zeitpunkt noch einige wichtige Puzzlestücke, um sich im harten Wettbewerb

entscheidend gegen die Konkurrenz in Asien – beispielsweise Taiwan oder China – durchzusetzen. Dazu gehörte neben infrastrukturellen Mängeln und arbeitsrechtlichen Barrieren auch die fehlende Perspektive eines Massenmarktes vor der eigenen Haustür.

Die Politik setzte derweil ihre Marschroute der Marktöffnung und Liberalisierung für die Branche in den folgenden Jahren konsequent fort. Mit Wirkung zum April 2005 unterschrieb Indien zum Beispiel zuletzt das so genannte „Information Technology Agreement“ (ITA-1) der Welthandelsorganisation (WTO), mit dem die Einfuhrzölle für die gesamte Palette der elektronischen Komponenten auf Null gesetzt wurden. Spätestens mit diesem Schritt musste sich die einheimische Industrie auf den Wettbewerb mit ausländischen Großkonzernen einstellen,

ANKNÜPFUNGSPUNKTE

In der indischen Elektrobranche hat sich neben der neu entstehenden Präsenz multinationaler Unternehmen wie Philips, LG, Samsung oder Sony auch eine breite Schicht indischer Industrieunternehmen etabliert. Nach den Zahlen des Verbands der indischen Elektroindustrie (ELCINA) tummeln sich hier mehr als 1.000 Firmen aus dem Großraum Bangalore und anderen Standorten im Land. „Die Vielzahl der Anbieter

mit teils spezialisiertem Fertigungs-Know-how bietet ausländischen Firmen eine Reihe interessanter Anknüpfungspunkte“, sagt Gautam Chemburkar, indischer KPMG-Fachmann über die Bedingungen in seiner Heimat. „Genaue Kenntnisse über die Marktsituation im Land und die jeweilige Unternehmensentwicklung sind jedoch wichtige Voraussetzungen für eine seriöse Einstufung ihrer Leistungsfähigkeit.“

wicklung sind jedoch wichtige Voraussetzungen für eine seriöse Einstufung ihrer Leistungsfähigkeit.“

EINHEIMISCHE FIRMEN OFT MIT AUFTRAGSPRODUKTION

Die Bandbreite der Anbieter ist groß. Die Mehrzahl der einheimischen Unternehmen geht den Weg, Auftragsproduktionen für die organisierten Big Player der Branche auszuführen. Dies betrifft sowohl den Bereich der Fertigung einzelner elektronischer Bauteile als auch die Produktion großer Komponenten bis hin zu Komplettgeräten, die so genannten Electronic Manufacturing Services (EMS). Alle hier involvierten Unternehmen profitieren inzwischen von der rasant steigenden Binnennachfrage im Land. Mit ihr kratzte die EMS-Sparte bereits 2005 an der Grenze von einer Mrd USD Marktvolumen. Manche Branchenexperten erhoffen sich in Zukunft noch höhere Wachstumszahlen von diesem Spezialbereich. Er könnte ihrer Meinung nach eine Schlüsselrolle für die gesamte Elektronikbranche in Indien einnehmen – und damit ähnliche Bedeutung erlangen wie der IT- und Softwarebereich beim bisherigen Aufstieg der indischen Dienstleistungsbranche. Über die boomenden Bereiche Unterhaltungselektronik und Telekommunikationselektronik hinaus bieten auch andere Sparten der indischen Elektroindustrie interessante Wachstumspers-

pektiven – so zum Beispiel die Halbleiterindustrie. Während bei der automatisierten Fertigung der Computerchips die niedrigen Arbeitskosten in Indien keinen Faktor bei der Standortauswahl darstellten, hat sich Indien innerhalb kürzester Zeit als globale Drehscheibe für die Chipentwicklung im Bereich Halbleiterdesign etabliert. „Das Beispiel dieser Sparte zeigt, welche Vorteile Indien mit seinen IT-Dienstleistungsbranche auch der Elektroindustrie bieten kann“, sagt Johannes M. Böhmer, Indien-Spezialist innerhalb der Emerging Markets Practice von KPMG.

BEI SOFTWARE BIETET INDIEN KOMPLETTEN BRANCHENZYKLUS

Die Fähigkeiten indischer Softwarefirmen und das Angebot ausgebildeter Fachkräfte stellen eine attraktive Kombination für ausländische Investoren dar. In dieser Sparte kann Indien das Angebot eines kompletten Branchenzyklus – von der Forschung über das Design bis hin zur Produktion – vorweisen. Nach Schätzungen von Branchenexperten erzielte die Industriesparte des Halbleiterdesigns bereits 2005 einen Umsatz von mehr als 630 Mio USD. Und mit dem Tempo, mit dem internationale Konzerne wie Intel, Texas Instruments oder Infineon Niederlassungen im Land eröffnen, sind Prognosen realistisch, nach denen sich das Volumen bis 2010 auf knapp 1,8 Mrd USD verdreifachen könnte.

Zusätzlich ins Blickfeld der Branchenexperten rücken außerdem der Wachstumsbereich der Schwermaschinen-elektronik und vor allem der Energiesektor. Mit dem geplanten massiven Auf- und Ausbau der Energieversorgungseinrichtungen werden die ehemals monopolistisch anmutenden Strukturen in diesem Sektor aufgebrochen. Die Regierung plant mehr als 80.000 Megawatt an zusätzlichen Stromkapazitäten. Unternehmen, die über die notwendigen Investitionsmittel zum Ausbau ihrer Kapazitäten verfügen, haben die Chance auf hohe Wachstumsraten. Dies betrifft große Konzerne beim Bau von Kraftwerken ebenso wie kleinere ausländische Mittelständler, denen es gelingt, beim Bau fehlender Hochspannungsmasten oder der Elektrifizierung ländlicher Regionen die richtigen Produktlinien für Investitionen in Indien zu identifizieren.

Die Energiebranche steht dabei auch stellvertretend für eine Reihe von Sparten in der Elektroindustrie: Dank der neu entstandenen Absatzmöglichkeiten in Indien müssen ausländische Investoren der Elektroindustrie nicht mehr ausschließlich darauf schauen, dass ihr Engagement perfekt in den eigenen Schaltplan für die Exportwirtschaft passt. Mit dem wachsenden Absatzmarkt bietet Indien eine zweite Einstiegsmöglichkeit für Investoren. ☉

AUTOREN

Johannes M. Böhmer
KPMG

Emerging Markets Practice
Länderspezialist Indien
Telefon: +49 40 32015-5680
jboehmer@kpmg.com

Gautam Chemburkar
KPMG

Emerging Markets Practice
Länderspezialist Indien
Telefon: +49 40 32015-5649
gautamchemburkar@kpmg.com

© BOSCH

um im einheimischen Markt konkurrenzfähig zu sein.

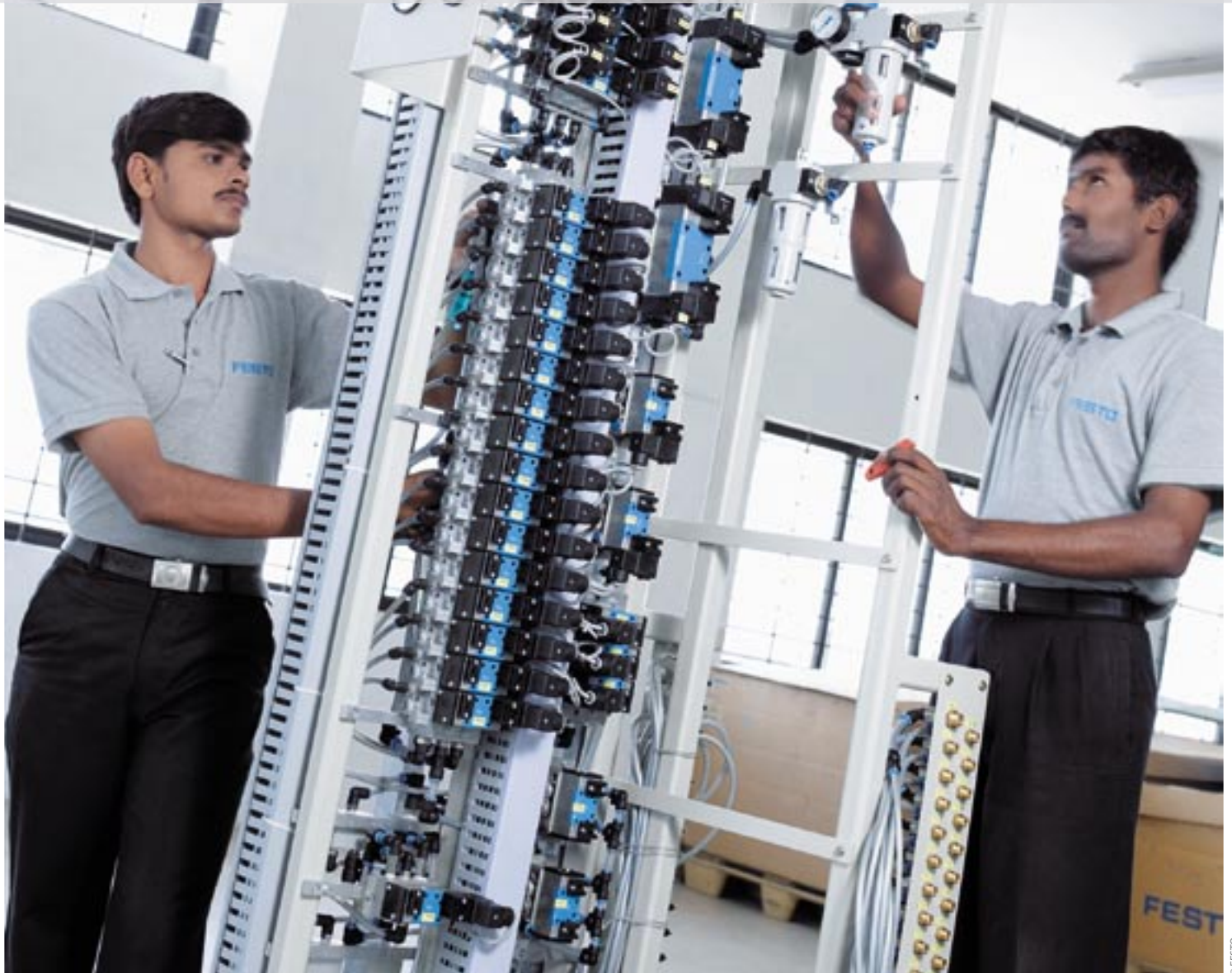
Dies führt beispielsweise in der gesamten Branche dazu, dass sich neben der neu entstehenden Präsenz multinationaler Unternehmen wie Philips, LG, Samsung oder Sony auch eine breite Schicht indischer Industrieunternehmen etabliert hat. Nach den Zahlen des Verbands der indischen Elektroindustrie (ELCINA) tummeln sich hier mehr als 1.000 Firmen aus dem Großraum Bangalore und anderen Standorten im Land. „Die Vielzahl der Anbieter mit teils spezialisiertem Fertigungs-Know-how bietet ausländischen Firmen eine Reihe interessanter Anknüpfungspunkte“, sagt Gautam Chemburkar, indischer KPMG-Fachmann über die Bedingungen in seiner Heimat. „Genaue Kenntnisse über die Marktsituation im Land und die jeweilige Unternehmensent-

DEUTSCHLAND SPIELT BISHER NUR 3. GEIGE

INDIEN BIETET RIESIGES WACHSTUMSPOTENZIAL

ARTICLE: DR. JOHANNES WARMSEER INDIA CONSULT, BOCHUM

DER DEUTSCH-INDISCHE HANDEL mit Elektrotechnik und Elektronik boomt. Von Januar bis Ende August 2006 ist der Export um fast 31 Prozent gestiegen, die Importe nahmen um 21 Prozent zu. Chancen bieten sich vor allem in den Segmenten Automation, Schaltgeräte, Messtechnik, Halbleiter, Telekommunikation, Verkehrsinfrastruktur und Energie.



© FESTO



© FESTO

AUTOMATISIERUNG

Das Industriesegment Automatisierungstechnik wächst nachhaltig. Grund sind stark steigende Investitionen in Modernisierungs- und Expansionsmaßnahmen, besonders in den Bereichen Metallverarbeitung, Zement, Chemikalien, Pharmazie, Gebäudetechnik, Lebensmittel und Automobilindustrie. Indien ist nach China und Japan bereits drittgrößter Absatzmarkt für Automatisierungssysteme im asiatisch-pazifischen Raum.

Die Position der deutschen Industrie auf dem indischen Markt ist trotz der hohen Wachstumsraten gegenüber dem internationalen Wettbewerb noch ausbaufähig. Zwar ist Deutschland mittlerweile der zweitgrößte Abnehmer für indische Elektroprodukte. Bei den Exporten liegt Deutschland aber noch weit hinter China, Japan und den USA zurück. „Es kann nicht sein, dass ein Land wie Deutschland in einem Zukunftsmarkt wie Indien nur die dritte Geige spielt“, meint Friedhelm Loh, Präsident des Zentralverbands Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI).

PREISDRUCK BEI AUTOMATISIERUNGSSYSTEMEN

In den Bereichen Automation, Schaltergeräte und Messtechnik bestehen gute Chancen, auf die USA aufzuschließen. Die meisten Wettbewerber bauen Kapazitäten auf und betrachten den Markt intensiv. Im Vergleich aller Wettbewerber erscheinen diejenigen am erfolgreichsten, die den Weg hin zu einer eigenen indischen Gesellschaft einschlagen oder bereits eingeschlagen haben. Diese erreichen zu meist ein Vielfaches des Jahresumsatzes derjenigen Unternehmen, die nach wie vor mit einem Handelsvertreter tätig sind.

Das Industriesegment Automatisierungstechnik wächst nachhaltig. Das Wachstum lag in den vergangenen Jahren bei etwa 20 bis 25 Prozent, die ausländischen Produzenten erreichten sogar Wachstumsraten von etwa 50 Prozent. Das Wachstum wird getragen durch stark steigende Investitionen in Modernisierungs- und Expansionsmaßnahmen, besonders in den Bereichen Metallverarbeitung, Zement, Chemikalien, Pharmazie, Gebäudetechnik, Lebensmittel und Automobilindustrie.

Nach Angaben mehrerer ausländischer Produzenten ist Indien nach China und Japan bereits drittgrößter Absatzmarkt für Automatisierungssysteme im gesamten asiatisch-pazifischen Raum. Allein bei Schaltern schätzt der indische Branchenverband, dass im vergangenen Jahr ausländische Produkte im Wert von insgesamt 700 Mio EUR verkauft wurden. Trotz des stark wachsenden Bedarfs nimmt der Preisdruck deutlich zu. Das liegt daran, dass die Zahl der Wettbewerber steigt, dass immer mehr ausländische Unternehmen in Indien als Produzent tätig werden und dass die Preise für Rohstoffe wie

zum Beispiel Stahl und Kupfer auch in Indien gestiegen sind.

PPP-PROGRAMME FÜR INFRASTRUKTURPROJEKTE

Die staatlichen Pläne zum Ausbau der Infrastruktur geben der indischen Wirtschaft entscheidende Impulse. Halbherzige politische Anstrengungen zur Verbesserung der Infrastruktur haben bisher die Chancen für ein höheres Wirtschaftswachstum vermindert. Vor allem das Straßennetz ist unzureichend. Jetzt plant die indische Regierung die Flughäfen, Häfen und Straßen durch Investitionen in Höhe von etwa 55 Mrd USD zu modernisieren. 75 Prozent der Vorhaben sollen im Rahmen von Public-Private-Partnership-Programmen (PPP-Programme) durchgeführt werden.

In Indien dominiert weiterhin der Transport über die Straße. Angesichts eher schlechter Konditionen und mäßiger Gewinnaussichten leiden die Investitionsprogramme für das Straßennetz unter geringer Beteiligung der einheimischen Privatwirtschaft. PPP-Programme sollen in Zukunft für ausländische Investoren attraktiver gestaltet werden, indem die Belange der privaten Investoren stärker berücksichtigt werden.

Investitionen sind auch für den Neu- und Ausbau sowie die Modernisierung von Flughäfen gefragt. Benötigt werden zum Beispiel Terminals, sowohl im Passagier- als auch Frachtsegment, zusätzliche Abfertigungskapazitäten, vor allem an den internationalen Frachtterminals, sowie neue Lager- und Kühlhäuser. Die an ihre Kapazitäten stoßenden Flughäfen Mumbai, Delhi, Chennai und Bengaluru (Bangalore) müssen durch den Ausbau weiterer Flughäfen zu regionalen und internationalen Drehscheiben für den Luftfrachtverkehr entlastet werden.

Im Schienenverkehr ist die Modernisierung von Passagier- und Güterbahnhöfen und die Erweiterung eingleisiger auf zweigleisige Schienenwege geplant. Hauptziel ist eine bessere Anbindung an Häfen und Flughäfen. Der Güterverkehr nahm im Finanzjahr 2005/2006 um 10,9 Prozent zu und erreichte ein Volumen in Höhe von 668 Millionen Tonnen. Die Lade- und Entladezeit der Waggons wird 2006/2007 wahrscheinlich auf 5,5 Tage sinken und damit deutlich unter den 6,7 Tagen 2005/2006 bleiben. Privatisierungsmaßnahmen im Containerverkehr, zum Beispiel die Zulassung privater Betreiber, sollen den Gütertransport von der Straße auf die Schiene verlagern.



WIRTSCHAFTSPARTNER INDIEN

EIN MANAGEMENTHANDBUCH

„Was wissen wir eigentlich über Indien?“ Viel zu selten wird diese Frage in den Führungsetagen deutscher Unternehmen gestellt. Dabei könnte die intensive Befassung mit einer der am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften der Welt den bislang vorherrschenden kritischen Blick rasch korrigieren. Zu einer neuen und im positiven Sinn realistischen Bewertung von Potenzialen und Chancen am indischen Markt wollen Johannes Wamser und Peter Sürken mit der vorliegenden Studie beitragen. Sie stellt den nach China größten und wichtigsten Zukunftsmarkt umfassend vor. Das Managementhandbuch Indien betrachtet „harte“ und „weiche“ Faktoren für ein wirtschaftliches Engagement im

Subkontinentalstaat. Die Autoren erläutern die Rahmenbedingungen für Beschaffung, Absatz und Investition. Sie stellen die unterschiedlichen Wirtschaftsregionen des Landes vor und werten im Praxisteil intensiv die Erfahrungen aus, die deutsche Unternehmen beim Markteintritt in Indien gemacht haben.

„Sie werden am Ende der virtuellen Indienreise feststellen, dass dieses Land viel mehr Aufmerksamkeit als bisher verdient. Vielleicht stellt sich dann eine neue Frage: Können wir es uns eigentlich leisten, nicht in Indien präsent zu sein?“

Bibliografische Daten:
Seitenanzahl: 240 Seiten
Preis: 39,00 €
www.localglobal.de/shop



DR. JOHANNES WAMSER INDIA CONSULT

Das Problem der Schifffahrt in Indien ist die unzureichende Umschlagkapazität der Häfen. Beim Ausbau von 13 Haupthäfen soll die Privatwirtschaft 7,5 Mrd EUR für neue Umschlaganlagen bereitstellen. Das Umschlaggeschäft soll schrittweise privatisiert werden.

ANLAGEN FÜR STROMVERTEILUNG UND -ÜBERTRAGUNG GEFRAGT

Durch den Ausbau der indischen Elektrizitätsinfrastruktur entstehen für deutsche Unternehmen erhebliche Liefermöglichkeiten. Mangelnde Investitionen und technische Überholung führen heute noch zu Übertragungs- und Verteilungsverlusten je nach Bundesstaat zwischen 20 und 60 Prozent. Die suboptimale Unterteilung des Übertragungsnetzes begünstigt diese Tendenz. Ziel der indischen Regierung ist es, dass spätestens 2012 alle Bürger sicher mit Strom versorgt werden. Dafür sollen nach Angaben des indischen Energieministeriums insgesamt 11,7 Mrd EUR investiert werden – etwa 8,7 Mrd EUR durch den staatlichen Stromnetzbetreiber und die restlichen drei Mrd EUR durch die Privatwirtschaft. Die Kapazitäten sollen auf 200.000 Megawatt verdoppelt werden, was eine Ange-

botslücke bei Anlagen für Stromverteilung und –übertragung zufolge haben könnte. Diese können deutsche Firmen für sich nutzen.

Die Exporte der deutschen Elektrowirtschaft nach Indien nahmen zwischen Januar und August 2006 um 30,9 Prozent auf 648 Mio EUR zu. Unterstützung im Indien-Geschäft erhalten die deutschen Firmen von der deutschen Entwicklungspolitik durch ein Sonderprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Dort wo Strom gespart wird, kann die KfW als Co-Finanzier auftreten. Das bedeutet eine hohe Zahlungssicherheit.

Die wichtigsten Abnehmer der Energieversorger sind die einzelnen Bundesstaaten. Daher läuft der Absatz meist über öffentliche Ausschreibungen. Bei den privaten Abnehmern sind daneben Produktqualität, Lieferzeiten und After-Sales-Service wichtig für die Kaufentscheidung. Doch auch indische Unternehmen produzieren mittlerweile technisch hochwertige Transformatoren, Schaltanlagen et cetera zu Weltmarktpreisen.

Beim Energiemix gilt Indien inzwischen als Vorzeigestaat und zeigt, dass der Sprung in die Moderne auch mit er-



neuerbaren Energien möglich ist. In Indien werden bereits heute Windkraftanlagen produziert, die nicht nur für den Subkontinent, sondern auch den internationalen Markt bestimmt sind und sogar nach Australien und in die USA verkauft werden.

SUBVENTIONEN FÜR CHIP-FABRIKEN

Die indische Regierung ist dabei, ein Anreizprogramm für die Halbleiterindustrie zu schnüren. Das bis ins Jahr



INFRASTRUKTURPROJEKTE

In Indien dominiert weiterhin der Transport über die Straße.

© FESTO

2010 reichende Programm soll Unternehmen der Branche dazu bringen, Chipfabriken in indischen Hightech-Zonen zu errichten. Der Mindestinvestitionsbetrag, um in die Förderung zu gelangen, soll bei der Errichtung von Fabriken umgerechnet etwa 43,7 Mio EUR betragen, bei der Herstellung von Hightech-Produkten außer Halbleitern etwa 17,5 Mio EUR. Der Anreiz besteht aus einer direkten Subvention in Höhe von 25 Prozent des in den ersten zehn Jahren investierten Kapitals. Indien soll

darüber hinaus bevorzugter Standort für weitere IT-Produkte wie zum Beispiel Bildschirme und Speichergeräte werden.

Nach einer Studie von Frost and Sullivan ist Indien der weltweit am schnellsten wachsende Markt für Elektronikprodukte. Das Umsatzvolumen werde von 28 Mrd USD im Jahr 2005 auf 363 Mrd USD im Jahr 2015 steigen. Dann werde Indien elf Prozent des Weltumsatzes absorbieren. Beim Halbleiterumsatz prognostiziert die Unternehmens-

beratung ein Volumen von 36 Mrd USD, sechs Prozent des Weltmarktes.

TELEKOMMUNIKATION: ZAHL DER NUTZER STEIGT RAPIDE AN

Obwohl Indiens Telekommunikationsmarkt zu den Top Ten der Welt gehört, ist die Verbreitung von Telefonverbindungen mit 15,44 pro hundert Personen noch niedrig im internationalen Vergleich. Doch die Zahl steigt rapide an und Telekommunikationsunternehmen bieten sich gute Wachstumschan-

cen. Der Markt gliedert sich in vier Bereiche: Festnetz, Mobilfunk, Internetdienste und Ausrüstung. Bis zum Jahr 2010 soll es 20 Millionen Breitband-Nutzer geben. Die Zahl der Telefone soll von 250 Millionen im Jahr 2007 auf 500 Millionen in 2010 steigen. Die Deregulierung des Sektors soll dann abgeschlossen sein und ein einheitliches Lizenzierungsverfahren gelten. Importe von mobilen Vermittlungsstellen sollen zollfrei sein. ☉



MODERNISIERUNGSBEDARF

Indiens Elektrotechnik- und Elektronikindustrie benötigt hohe Investitionen.

© BARBARA VON KANNEWURFF

STRATEGIEN FÜR MARKTEINTRITT UND GESCHÄFTSAUFBAU

FREIE FAHRT FÜR DIE ELEKTROINDUSTRIE

ARTICLE: MATTHIAS WINTER INDIACONSULTING DR. WINTER, RODGAU/FRANKFURT AM MAIN, NEU-DELHI

DEUTSCHE UNTERNEHMEN AUS DER ELEKTROBRANCHE haben in Indien fast alle unternehmerischen Möglichkeiten, um ihre Geschäfte aufzubauen. Bei aller – gerechtfertigten – Euphorie muss beim Markteintritt trotzdem umsichtig vorgegangen werden.

Indien ist in aller Munde. Die Wirtschaft auf dem Subkontinent wächst seit 1991 um durchschnittlich sechs Prozent jährlich, in den kommenden Jahren sollen sieben bis acht Prozent erreicht werden. Das Land ist die zehntgrößte Volkswirtschaft der Welt. Für die Zeit nach 2030 wird vorhergesagt, dass es zur drittgrößten Volkswirtschaft aufsteigen wird. Der Boom bringt aber auch Schattenseiten mit sich. Grundstückskosten, Preise neuer Wohnungen und Mieten in den Städten schossen in die Höhe. In manchen Lagen im Großraum Neu-Delhi muss im Vergleich zu

2005 der doppelte oder gar dreifache Preis für minderwertige Bauqualität gezahlt werden. In hochwertigen Lagen werden mittlerweile mehrere Millionen US-Dollar für kleine Parzellen erlost. Angemessener Büroraum kann mehr kosten als in Frankfurt oder München. Die Investitionen ausländischer Unternehmen in Indien befinden sich auf Rekordniveau. Der indische Wirtschaftsminister Kamal Nath hat angekündigt, dass die ausländischen Investitionen im laufenden Finanzjahr 2006/2007 (April bis März) voraussichtlich elf Mrd USD erreichen werden. Das bedeutet

eine Verdoppelung gegenüber dem Vorjahr.

VIelfÄLTIGE OPTIONEN FÜR DEN MARKTEINTRITT

Deutsche Unternehmen, die einen Markteintritt in Indien erwägen, können aus einem Bündel von Optionen genau die auswählen, die ihrer Ausgangssituation einschließlich ihrer Budgets und den möglichen strategischen Zielen am besten gerecht wird. Das gilt für Exportgeschäfte genauso wie für die Bedienung des indischen Marktes aus einer eigenen Fertigung

vor Ort. Grundsätzlich steht es Unternehmen völlig frei, wie sie den Markteintritt und damit den Vertrieb in Indien organisieren.

Das Indiengeschäft lässt sich direkt durch Reiseakquisition aus Deutschland aufbauen, durch die Einschaltung von Fremdvertretern wie Agenten oder Distributeure oder durch erste eigene Aktivitäten vor Ort. Hierzu zählen die Eröffnung eines Liaison Office, das als Marketing-Repräsentanz betrachtet werden kann, und das Branch Office, eine Vertriebsniederlassung, die noch keine eigenständige Vertriebsge-

sellschaft ist. Beide Formen sind relativ einfach bei der indischen Zentralbank zu beantragen und werden meist problemlos genehmigt. Das Liaison Office darf im Gegensatz zum Branch Office nicht fakturieren und wird auch nicht besteuert. Beide Rechtsformen kommen besonders dann in Frage, wenn Unternehmen ohne Fertigungsabsicht vor Ort zunächst nur den eigenen Vertrieb ihrer Produkte aufnehmen wollen und sich dabei finanziell nicht zu sehr engagieren und weitgehende gesellschaftsrechtliche Pflichten zunächst vermeiden wollen.

DIREKTINVESTITIONEN UND ÜBERNAHMEN VON UNTERNEHMEN

Die Marktbearbeitung durch Investition in eine Vertriebsgesellschaft, in eine eigene Fertigung oder sogar durch die Übernahme eines indischen Unternehmens sind weitere Optionen. Übernahmen privater Unternehmen gehören zum Tagesgeschäft seitdem der rechtliche Rahmen besteht. Fast alles ist genehmigungsfrei möglich. Das gilt auch dort, wo noch Investitionsgrenzen, wie zum Beispiel bei Telekommunikation, bestehen, solange innerhalb der Kapitalgrenzen investiert wird. Nur in wenigen Sektoren, wie zum Beispiel im Einzelhandel, sind ausländische Investitionen vorerst noch völlig verboten.

INVESTITIONSFREIHEIT IN DER ELEKTROINDUSTRIE

In allen Segmenten der Elektroindustrie besteht Investitionsfreiheit bis zu hundert Prozent des Investitionskapitals bei eigenen Aktivitäten (Vertriebsgesellschaft oder Fertigungsstätte) oder bei der Beteiligung an einem bestehenden, privaten Unternehmen. Die Investitionssumme und einige weitere Angaben müssen nur an die indische Zentralbank gemeldet werden. Von dieser faktischen Investitionsfreiheit besteht in der Elektroindustrie nur eine Ausnahme: Für Investitionen im Bereich der elektronischen Ausrüstungen für Luftfahrt und Verteidigung wird eine Genehmigung der Regierung benötigt.

Eine Sonderform des Markteintritts in Indien sind Joint Ventures. In früheren Zeiten der allgemeinen Investitionsbeschränkungen waren dies Kompromisse, um überhaupt tätig werden zu können. Auch heute haben Joint Ventures im Einzelfall hier und da noch ihre Berechtigung, vor allem in den wenigen Fällen, wo noch Beteiligungsgrenzen bestehen und ein rechtzeitiger Markteintritt nicht verpasst werden soll. Vorteile von Joint Ventures sind zum Beispiel bereits bestehende Kundenkontakte, Nachteile und Konfliktpotenziale ergeben sich meist aus unterschiedlichen Interessen, Auffassungen und Bilanzierungsgewohnheiten.

STANDORTVORTEILE UND DRITTMARKTGESCHÄFT

Eine Produktion in Indien ist kostengünstiger als in Deutschland. In der Pharmabranche lassen sich beispielsweise Kostenvorteile in Höhe von bis zu 40 Prozent erzielen. Ein Unternehmen, das in Indien investiert, kann seine Kostensituation drastisch verbessern. Durch Exporte indischer Erzeugnisse zurück nach Deutschland oder auf andere Märkte lassen sich Kostenvorteile und Umsatzsteigerungen erzielen oder gar ganze Unternehmen stabilisieren, die aufgrund ihrer Kostensituation Wettbewerbsnachteile erleiden. Ein Teilaspekt ist die gezielte Verlagerung von Arbeitsprozessen nach Indien. Hier steht nicht der indische Markt im Vordergrund, sondern der günstigere Einkauf von Leistungen. Wer Indien als wichtigen Markt für sein Unternehmen erkennt, sollte eine eigene Produktionsstätte aufbauen, um nahe am Kunden zu fertigen und gleichzeitig eine bessere Kostensituation zu erreichen. Dort wo Wettbewerber bereits investiert haben und zu wettbewerbsfähigeren Kosten produzieren, müssen deutsche Unternehmen nachziehen. Aufgrund der Kostenvorteile in Indien dürfte der Trend in vielen Branchen in den kommenden Jahren dahin gehen, dass Marktanteile nur dann gewonnen beziehungsweise gehalten werden können, wenn vor Ort produziert wird. ☉

INDIEN MUSS NOCH HAUSAUFGABEN ERLEDIGEN HINDERNISSE LAUERN

ARTICLE: BARBARA SCHMIDT-AJAYI

REGIONALMANAGERIN INDIEN/SÜDASIEN, OSTASIATISCHER VEREIN E.V. (OAV)

IN DER INDISCHEN ELEKTRONIKBRANCHE – hierzu zählen PCs, Peripheriegeräte, Mobiltelefone sowie weiße und braune Ware – zeichnet sich Prognosen zufolge in den kommenden Jahren ein dynamisches Wachstum von über 20 Prozent ab. Auch deutschen Unternehmen bietet der liberalisierte Markt große Potenziale, Hindernisse lauern jedoch auch.

Vor den 1991 eingeleiteten Wirtschaftsreformen zog es ausländische Investoren aus der Elektronikbranche zum großen Teil wegen des Binnenmarkts nach Indien. Aufgrund der bis dahin bestehenden restriktiven Regulierungen wurde das Land nur selten als Produktionsstandort für den Export in Betracht gezogen. Dies hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. Bis auf wenige, in der so genannten „Prohibited List“ aufgeführten Branchen, wie zum Beispiel der Nuklearindustrie oder Lotterien und Glücksspiel, sind Investitionen in den meisten Wirtschaftszweigen – inklusive der Elektronikindustrie – inzwischen bis zu hundert Prozent erlaubt. Deutsche Unternehmen aus der Elektronikbranche können in Form einer Vertretung, eines Projektbüros, einer Zweigniederlassung, eines Joint Ventures oder einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft auf dem indischen Markt aktiv werden.

ÜBERBORDENDE BÜROKRATIE

Verglichen mit anderen asiatischen Ländern bietet Indien ausländischen Investoren inzwischen ein relativ liberales Investitionsumfeld. Nach chinesischem Vorbild wurden seit dem Jahr 2000 auch Sonderwirtschaftszonen (Special Economic Zones – SEZ) gegründet, in denen exportorientierte Unternehmen Steuerbefreiungen und -ermäßigungen genießen. Dennoch weist das neue asiatische Boomland gravierende Hindernisse, wie zum Bei-



© BARBARA VON KANNEWURFF

spiel die nach wie vor überbordende Bürokratie auf.

INEFFIZIENTES RECHTSSYSTEM

Auch das zwar westliche aber dennoch ineffiziente Rechtssystem stellt ausländische Partner bei der Durchsetzung von Rechtsansprüchen vor Probleme. Die nach wie vor hohe Regelungsvielfalt in den einzelnen Bundesstaaten erschwert es Investoren zudem, sich einen Überblick über die Rechtslage zu verschaffen. Ein Beispiel hierfür ist das Arbeitsrecht: Hier gibt es in den verschiedenen Bundesstaaten Indiens über 40 sich teilweise widersprechende Gesetze. Besonders einschneidend ist das Gesetz, das Unternehmen mit mehr als hundert Beschäftigten vorschreibt, Arbeitnehmer nur mit Genehmigung der jeweils zuständigen Behörde entlassen zu dürfen. Die weiterhin schlecht ausgebaute Infrastruktur und die – je nach Standort – instabile Energieversorgung sind insbesondere für produzierende Unternehmen von erheblichem Nachteil. ☉

UNTERNEHMEN IM
PORTRÄT

PHOENIX CONTACT

Phoenix Contact ist in der Welt der Verbindungstechnik, der Automatisierungstechnik, der elektrischen Interfacetechnik und der Welt des Überspannungsschutzes zu Hause. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Blomberg bietet mit sechs Produktlinien ein Portfolio industrieller Elektrotechnik an: vom Sensor bis zur Steuerung, von der klassischen Reihenklemme über spritzwassergeschützte Maschinenstecker bis hin zu Wireless Ethernet.

RITTAL

Rittal ist Anbieter von Schaltschrank- und Gehäusetechnologie sowie IT-Lösungen. Das Leistungsspektrum beinhaltet Schaltschrank-Systeme, Elektronik-Aufbau-Systeme, System-Klimatisierung, Stromverteilung, Kommunikationssysteme sowie interaktive Terminal-Systeme. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Herborn hat weltweit 19 Produktionsstätten und 60 internationale Tochtergesellschaften.

VALTECH

Ziel von Valtech ist es, für seine Kunden dauerhafte Wettbewerbsvorteile durch den Einsatz neuer Informationstechnologien zu schaffen. Im Fokus steht die Entwicklung von Individualsoftware für Aufgaben, die durch neue Kommunikationstechniken und die damit einhergehenden Änderungen von Geschäftsprozessen entstehen. Das internationale Systemhaus mit Hauptsitz in Düsseldorf ist mit 17 Niederlassungen in Europa, Nordamerika und Asien vertreten.

PHOENIX CONTACT SETZT IN INDIEN AUF EIN JOINT VENTURE

ERFOLG DURCH VERTRAUENSVOLLE
PARTNERSCHAFT

ARTICLE: FRANK STÜHRENBURG PHOENIX CONTACT GMBH & CO KG, BLOMBERG

BEREITS ANFANG DER 1990er Jahre war abzusehen, dass Indien zu einer der stärksten Wirtschaftsnationen der Welt heranreifen würde. Auf dem Weg dorthin sind Defizite in der Infrastruktur des Landes, das heißt bei der Kommunikation, im Straßen- und Schienennetz sowie bei der Strom- und Wasserversorgung, zu beseitigen. Sie bergen zugleich ein großes Geschäftspotenzial.

Bei aller Euphorie müssen jedoch einige wichtige Rahmenbedingungen berücksichtigt werden, um in Indien mit einer eigenen Organisation erfolgreich zu sein. Wegen der ausgeprägten Bürokratie sind im Tagesgeschäft kompetente Mitarbeiter gefragt, die sich zum Beispiel mit den regional verschiedenen Zollsätzen, den vielen Ausnahmen und Sonderregelungen sowie dem komplexen, intransparenten Steuersystem gut auskennen. Auch kulturelle Unterschiede können sich auf den Geschäftserfolg auswirken. Indische Kunden nehmen es beispielsweise mit der Zahlungsmoral nicht so genau. Deswegen ist die Kooperation mit einem indischen Partner, der mit den landespezifischen Umgangsformen und Gesetzgebungen vertraut ist, sehr zu empfehlen.

**PRODUKTION VOR ORT IST
ENTSCHEIDEND FÜR ERFOLG**

Phoenix Contact ist seit 1993 in Indien vertreten und beschäftigt etwa 500 Mitarbeiter im Vertrieb und in der Produktion. Die Entscheidung für ein Joint Venture mit einem erfahrenen indischen Partner hat sich bezahlt gemacht und ermutigt uns, in Indien den nächs-

ten wichtigen Schritt zu gehen. Wir errichten derzeit eine Produktionshalle in der Nähe von Neu-Delhi, die mit ihrer Kapazität dem stark wachsenden indischen Markt Rechnung tragen wird. Ohne die Produktion vor Ort wäre unser Erfolg in Indien nicht möglich. Die Fertigung für den lokalen Markt folgt

Dies ist mit einer meist aufwändigen Suche und Qualifizierung lokaler Lieferanten verbunden – ein kontinuierlicher Prozess, der Zeit und Geduld erfordert und zu der ernüchternden Erkenntnis führen kann, dass bestimmte Materialien nicht in der geforderten Qualität auf dem indischen Markt zur



„Auch kulturelle Unterschiede können sich auf den Geschäftserfolg auswirken. Indische Kunden nehmen es beispielsweise mit der Zahlungsmoral nicht so genau. Deswegen ist die Kooperation mit einem indischen Partner, der mit den landespezifischen Umgangsformen und Gesetzgebungen vertraut ist, sehr zu empfehlen.“

FRANK STÜHRENBURG
GESCHÄFTSFÜHRER, PHOENIX CONTACT GMBH & CO KG, BLOMBERG

einem Standard, der von allen unseren Produktionsstandorten eingehalten werden muss.

Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Fertigung in Indien ist ein kontinuierlicher Know-how-Transfer, bei dem das Produktionsteam in die Lage versetzt wird, die definierten Qualitätsstandards nachhaltig zu erreichen. Um die Fertigung so effizient wie möglich zu gestalten, ist ein hoher Anteil an lokal eingekauften Rohstoffen und Halbzeugen notwendig.

Verfügung stehen. Da für bestimmte importierte Waren erhebliche Einfuhrzölle vom indischen Staat eingefordert werden, kann das unter Umständen gegen die Produktionsverlagerung nach Indien sprechen.

Alles in allem lässt sich unser Modell für ein erfolgreiches Geschäft in Indien, wie auch in anderen Ländern, einfach zusammenfassen: lokale Präsenz, lokales Management und Team, lokale Produktion sowie eine vertrauensvolle Partnerschaft. ☺

SCHRITT HALTEN MIT INDISCHER WIRTSCHAFT

PERMANENTE EXPANSION

ARTICLE: NORBERT MÜLLER RITTAL GMBH & CO. KG, HERBORN

RITTAL PRODUZIERT im indischen Doddaballapur, in der Nähe von Bengaluru (Bangalore), seit 1997 moderne Technology-Packaging-Lösungen in Großserie für den Einsatz in der Industriautomation oder bei IT-Netzwerken. Aufgrund der rasch wachsenden Anforderungen des dynamischen indischen Marktes haben wir unsere Fertigungskapazitäten schnell angepasst.



„Die Nähe zum Kunden ist für unseren Erfolg ausschlaggebend. Wir haben 13 Verkaufsbüros, unter anderem in Bengaluru, Delhi, Mumbai, Kalkutta und Chennai, und arbeiten mit 13 Distributoren zusammen.“

NORBERT MÜLLER
VORSITZENDER
DER GESCHÄFTSFÜHRUNG,
RITTAL GMBH & CO. KG, HERBORN

ERWEITERTE FERTIGUNGSKAPAZITÄT

Mit dieser Investition stärken wir unsere Position in Indien nicht nur im Bereich der Schaltschrank-Systeme für die Industriautomation. Auch im stark wachsenden Markt für IT-Netzwerke und Telekommunikations-Systemausrüstung bauen wir unser Angebot ständig aus. Dazu gehört nicht nur die erweiterte Fertigungskapazität, sondern auch die Nähe zum Kunden. Deswegen haben wir uns dazu entschlossen, zusätzlich drei neue Modifikationszentren zu eröffnen. Die Nähe zum Kunden ist für unseren Erfolg ausschlaggebend. Wir haben 13 Verkaufsbüros, unter anderem in Bengaluru, Delhi,

Mumbai, Kalkutta und Chennai, und arbeiten mit 13 Distributoren zusammen. Zudem verfügt unsere Vertriebsorganisation über zwei Großlager in Bengaluru und Faridabad.

WACHSTUMSBRANCHE TELEKOMMUNIKATION

Für den asiatisch-pazifischen Telekommunikationsmarkt prognostizieren wir einen großen Bedarf an Outdoor-Gehäusen. Da viele multinationale Unternehmen Softwarefirmen und Forschungs- und Entwicklungsbüros in Indien gründen, wird die Nachfrage nach Netzwerk- und Serverracks ebenso steigen. ☉

IT-OFFSHORING NACH INDIEN

NICHT NUR SOURCING VON KOMPONENTEN

ARTICLE: INGO KRIESCHER VALTECH GMBH, DÜSSELDORF

ELEKTROTECHNIK IST wieder auf dem Vormarsch. Einen hohen Anteil am Erfolg steuert das Sourcing von Elektronik-Komponenten in asiatischen Niedriglohnländern bei. Würden die Unternehmen eine optimierte Beschaffungsstrategie auch im Bereich der zugehörigen IT-Entwicklung für interne Applikationen verfolgen, könnte Deutschland seine führende Rolle in der Branche weiter ausbauen. Valtech hat diesen Weg beschritten.

Wir unterstützen die Elektrotechnikindustrie dabei, die hohen Time-to-Market-, Qualitäts- und Preisanforderungen bei der Entwicklung zu erfüllen. Konzeption und Design, Architektur und Projektmanagement erfolgen direkt vor Ort beim Kunden in Deutschland/ Europa, die Umsetzung von Komponenten und das intensive Testen durch Valtech India. Um Offshore-Projekte über unterschiedliche Kulturen und Zeitzonen hinweg erfolgreich zu machen, bedarf es neuer Paradigmen im Projektmanagement. Denn Studien zeigen, dass mit herkömmlichen Methoden, zum Beispiel der einmaligen Spezifikation in Deutschland und anschließend der Entwicklung in Indien, derartige Projekte scheitern. Trotzdem agieren heute noch die meisten IT-Unternehmen aufgrund mangelnder Kompetenz auf diese Art und Weise. Durch iterative, agile Methoden mit speziellen Metriken für den Projektfortschritt und Qualitätstest können kontinuierlich neue Anforderungen der Kunden aufgrund geänderter Marktsituationen in das IT-Projekt eingepflegt werden. Damit wird sichergestellt, dass mit Abschluss des Projekts eine Soft-

ware eingesetzt wird, die den aktuellen Anforderungen und nicht den ursprünglichen, und somit oft veralteten, Anforderungen des Anwenders und des Endkunden entspricht. So geschehen zum Beispiel bei einem unternehmenskritischen Embedded-Software-Projekt im Vorfeld des Jungfernflugs des A380. Wir haben das Projekt mit einem europäisch-indischen Team von 50 Personen trotz extrem anspruchsvoller Qualitäts-, Kosten- und Zeitvorgaben realisiert. Wir setzen Global Sourcing auch in der elektrotechnischen Industrie konsequent um – ohne die sonst üblichen Anlaufprobleme und finanziellen Enttäuschungen. ☉



„Um Offshore-Projekte über unterschiedliche Kulturen und Zeitzonen hinweg erfolgreich zu machen, bedarf es neuer Paradigmen im Projektmanagement. Mit herkömmlichen Methoden scheitern derartige Projekte.“

INGO KRIESCHER
GESCHÄFTSFÜHRER
VALTECH GMBH, DÜSSELDORF



PERSÖNLICHE BEZIEHUNGEN SIND DAS A UND O

GESCHÄFTE MACHT MAN MIT FREUNDEN

ARTICLE: RAMESH N. SHAH GESCHÄFTSFÜHRER
EUROASIA SHAH CONSULTANTS, GÜTERSLOH

MARKT- UND PRODUKTKENNTNISSE allein reichen nicht aus, um in Indien erfolgreich zu sein. Grundkenntnisse der vielen kulturellen Ausprägungen in Indien sowie der Geschichte des Landes sind unabdingbar. Denn Fettnäpfchen gibt es viele.

Was ist überhaupt Kultur? Das ist die erste Frage, die sich stellt. Bedeutet Kultur, gut gekleidet zu sein, mit Messer und Gabel zu essen oder gar mit dem Kulturbeutel auf Reisen zu gehen? Eine treffende Definition gibt der Niederländer Fons Trompenaars, der auf dem Gebiet der interkulturellen Kommunikation forschet: „Ein Fisch spürt erst dann,

dass er Wasser zum Leben braucht, wenn er nicht mehr darin schwimmt. Unsere Kultur ist wie das Wasser für den Fisch. Wir leben und atmen durch sie.“ Kultur kann man auch mit einem Eisberg vergleichen, von dem wir nur etwa 20 Prozent sehen. Genauso ist es bei der Kultur: Sichtbar sind Aspekte wie Sprache, Begrüßung, Verhal-

ten, Kunst, Musik, Architektur, Tradition, Symbole oder Essen und Trinken. Dagegen sind wichtige Aspekte wie Glaube / Religion, Philosophie, Erziehung, Einstellungen sowie Normen und Werte unsichtbar. Subkulturen wie zum Beispiel ethnische, religiöse, regionale, sprachliche oder industrielle Ausprägungen sind in vielen Kulturen sehr

bedeutsam. Aufgrund der enormen Entfernungen, der 18 offiziellen Sprachen und der vielen ethnischen Gruppen und Religionen gibt es in Indien sehr viele Ausprägungen. In der indischen Kultur ist die Gesellschaft, zu der auch das althergebrachte Kastensystem und die Sozialisation gehören, sehr wichtig und hat großen

JA ODER NEIN?

	IN EUROPA	IN INDIEN
JA	→ Zustimmung → Eindeutige Zusage	→ Ich höre → Ich verstehe → Ich bin einverstanden
NEIN	→ Ein Nein ist ein Nein ist ein Nein → Nichts geht mehr!	→ Nein-Sagen ist unhöflich!
KOPFWACKELN		→ Signalisiert nur Aufmerksamkeit

Geschäftspartner aus dem Abendland gegenüber ihren indischen Kollegen.

NAMASTE STATT HÄNDEDRUCK

Bei interkultureller Kommunikation kommt es entscheidend auf die Wahrnehmung an, also auf das Selbstbild und das Bild vom anderen. Selektive Wahrnehmung, Voreingenommenheit oder Klischees erschweren die Kommunikation unnötig. Bei der Begrüßung geben die Inder traditionell keinen Händedruck. Sie begrüßen den europäischen Gast mit dem klassischen indischen Ritual „Namaste“, also vorbeugend mit zusammengefalteten Händen unter dem Kinn. Hier fällt auf, dass trotz innerer Nähe eine gewisse Distanz eingehalten wird. Maßgeblich sind Alter, Position / Status sowie Anrede und Titel. Mann und Frau geben einander nicht die Hand und sehen einander nicht lange in die Augen. Es ist empfehlenswert, sich bei der Begrüßung zurückzuhalten und sich am Verhalten der Anderen zu orientieren.

BEZIEHUNGEN SIND ALLES

Während in Europa in der Geschäftsbeziehung der Vertrag und der Erfolg im Vordergrund stehen und erst danach an eine persönliche Ebene gedacht wird, möchten die Inder erst Vertrauen und eine persönliche Beziehung zum Partner aufbauen. Geschäfte macht man in Indien mit Freunden. Deswegen muss man für einen Geschäftsabschluss viel Zeit und Geduld, Verständnis und Einfühlungsvermögen sowie Respekt und Akzeptanz mitbringen. Für das Kennenlernen durch

Small Talk, Besprechungen und für die Vertragsgestaltung ist viel Zeit zu veranschlagen. Tabuthemen wie zum Beispiel der Kaschmir-Konflikt sind auszuklammern. Beziehungen sind in Indien alles, und ohne Beziehungen ist alles nichts. Beziehungen können durch gemeinsames Essen, Sport, Clubmitgliedschaft und mit kleinen Geschenken und Einladungen aufgebaut und erhalten werden.

Dem Essen und Trinken wird in der indischen Gesellschaft schon immer eine wesentliche Bedeutung beigemessen. Wird man als Europäer privat zum Essen eingeladen, so ist dies als eine Ehre und Bezeugung von Respekt zu verstehen. Gegessen wird mit der rechten Hand – Die linke Hand ist unrein, sie wird zur Reinigung des Körpers verwendet. Wichtige Einzelheiten oder Verträge werden eher beim Essen in angenehmer Atmosphäre besprochen. Hier ist die nötige Ruhe und Harmonie für eine angenehme Kommunikation gegeben. Inder sind bekannt für eine höfliche, indirekte und nonver-

fallen und sein Gesicht verlieren. Sollten dennoch Konflikte entstehen, gilt es, diese zu überhören, zu entschärfen oder zu umgehen, indem Gemeinsamkeiten gesucht werden. Mit sympathischen Gesten wie Einladungen, Wertschätzung, Anerkennung oder Hinzuziehen gemeinsamer Freunde wird versucht, die Harmonie wieder herzustellen.

DIE EUROPÄER HABEN DIE UHR, DIE INDER DIE ZEIT

Natürlich kann diese Art von Kommunikation als zeitraubend angesehen werden, aber sie ist unerlässlich in einer sehr alten Kultur, in der die Tradition die Rahmenbedingungen bestimmt. Auch im modernen Zeitalter der Informationstechnologie nehmen sich die Inder viel Zeit für neue Geschäftsbeziehungen. Das Motto lautet: „Morgen ist auch noch ein Tag.“ Zeitliche Verzögerungen sind also einzuplanen, um Ärger und Gesichtsverlust zu vermeiden. Der moderne Manager wird als Autorität, Respektperson, loyaler Vermittler und

GESPRÄCHSPRINZIPIEN

IN EUROPA	IN INDIEN
→ Wichtige Punkte am Anfang behandeln	→ Am Anfang Small-talk und Unwichtiges
→ Sach-Fokus	→ Personen-Fokus
→ Informationen werden gesammelt vermittelt	→ Informationen werden fragmentiert vermittelt
→ Entweder, oder	→ Sowohl, als auch
→ Man hält sich an Prinzipien	→ Pragmatismus
→ Wiederholungen werden vermieden	→ Redundanz ist Relevanz
→ Direkte Frage, kurze Antwort	→ Indirekte Fragen, subtile Antwort

bale Kommunikation. Daher ist es sehr wichtig, gut zuzuhören, Verständnis zu zeigen und bei Bedarf durch die Blume zu sprechen. Bei der Kommunikation müssen Alter und Status respektiert werden. Sich zu wiederholen und entschuldigen oder aus Verlegenheit „ja“ zu sagen, gehört zur Tagesordnung. Der Europäer muss die Ruhe bewahren, er darf nicht mit der Tür ins Haus

Vorbild angesehen. Für die Motivation sind Respekt, Loyalität und Achtung wichtiger als eine gute Bezahlung. Zusammenfassend gilt: Indien ist wie ein Curry-Gewürz. Guter Geschmack ergibt sich aus der Harmonie der Gewürze. Niemand soll herausstechen. Genuss gibt es in der Gemeinschaft. Geschmack braucht Zeit, um sich zu entfalten. ☉

© HANNOVER MESSE

Einfluss auf die Handlungsweise der Inder und damit auch auf das Verhalten zu Wirtschafts- und Handelspartnern aus dem Ausland. Vor allem im Handel mit den Europäern und Nordamerikanern kommt es häufiger zu Missverständnissen, Verärgerungen oder gar zum Abbruch der Beziehungen, teilweise aus Arroganz oder Ignoranz der



© HANNOVER MESSE

GUTE CHANCEN FÜR ELEKTROTECHNIK- UND ELEKTRONIKINDUSTRIE MESSEMARKT WÄCHST KRÄFTIG

ARTICLE: HEIKE SCHÖTTLE REFERENTIN IM GESCHÄFTSBEREICH GLOBALE MÄRKTE,
AUMA_AUSSTELLUNGS- UND MESSE-AUSSCHUSS DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT E.V.

33 INTERNATIONALE, FÜR DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT RELEVANTE MESSEN fanden im Jahr 2000 in Indien statt, 2006 waren es schon 86. Auch für die Elektrotechnik- und Elektronikindustrie sind diese ein hervorragendes Mittel, um sich einerseits dem Markt vor Ort zu präsentieren, und sich andererseits ein Bild eben dieses Marktes zu machen.

Die Zahlen der beim AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. gelisteten Messen zeigen: Der indische Messemarkt ist ebenso wie die gesamte Wirtschaft des Subkontinents in Bewegung. Jährlich finden auf dem Subkontinent neue, vermehrt auch von deutschen und anderen ausländischen Messeveranstaltern organisierte Messen,

statt. Quer durch die Branchen gibt es neben den internationalen Messen auch viele lokale, regionale, überregionale sowie nationale Veranstaltungen.

NEU-DELHI UND MUMBAI SIND DIE WICHTIGSTEN MESSESTÄNDE

Mit der zunehmenden Anzahl an Messen verlagert sich auch die Bedeutung der verschiedenen Messeplätze. Wäh-

rend Neu-Delhi im Jahr 2000 fast noch die Monopolstellung als Veranstaltungsort internationaler Messen inne hatte – etwa 80 Prozent der internationalen Messen fanden dort statt – entwickelte sich seither besonders das Finanz- und Wirtschaftszentrum Mumbai als Konkurrenz für die Hauptstadt. Im Jahr 2003 zog die wichtigste Hafenstadt des Landes 30 Prozent aller beim

AUMA gelisteten Messen auf ihre Messegelände, ein Anteil, der bis 2006 gehalten werden konnte. Auf Neu-Delhi entfielen 2006 noch knapp 50 Prozent. An den weiter im Süden des Landes gelegenen Messeplätzen wie Hyderabad, Bengaluru (Bangalore) oder Chennai finden verhältnismäßig wenige internationale, für die deutsche Wirtschaft relevante Messen statt. Diejenigen je-

doch, die dort organisiert werden, haben meist einen speziellen Bezug zum Schwerpunkt der vor Ort praktizierten wirtschaftlichen Aktivitäten.

Die überwiegende Konzentration der internationalen Messen auf zwei Standorte ist auf deren Rolle als politisches Zentrum im Falle Neu-Delhi beziehungsweise als wirtschaftliches Zentrum im Falle Mumbai mit jeweils guter Infrastruktur zurückzuführen. In Neu-Delhi finden die meisten Messen auf dem 1972 im Zentrum der Stadt erbauten Messegelände Pragati Maidan statt. Dort gibt es etwa 60.000 Quadratmeter Hallenfläche und ein Freigelände von etwa 10.000 Quadratmetern. Im Januar 2006 wurde vor den Toren der Hauptstadt in Greater Noida, etwa 45 Autominuten vom Zentrum Neu-Delhis entfernt, ein neues Messegelände mit Kongresshalle und Konferenzraum eröffnet: das India Expo Centre Expo XXI. Dort bieten sechs Hallen insgesamt 28.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche.

In Mumbai gibt es derzeit zwei Messegelände, die für internationale Messen relevant sind. Das bedeutendere ist das Bombay Exhibition Centre, teilweise auch als NSE Complex bezeichnet, mit 30.000 Quadratmeter Hallenfläche und einem Freigelände von 20.000 Quadratmetern. Kleinere Messen finden auf den etwa 2.350 Quadratmetern Ausstellungsfläche im Expo Center des World Trade Centers von Mumbai oder im Nehru Centre mit 2.000 Quadratmeter Hallenfläche statt. Die internationale Wirtschaft und die Messegesellschaften sehen hier einen Bedarf an zusätzlicher moderner Ausstellungsfläche. Es ist abzuwarten, ob das für 2009 geplante, nach bisherigen Angaben zwischen 40.000 und 60.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche umfassende neue Messegelände in der Stadt, diesem Bedarf gerecht wird.

Hyderabad, das sich als Zentrum der Biotechnologie- und Pharmaindustrie in Indien etabliert hat, trat im Jahr 2003 mit einem Anteil von 17 Prozent der beim AUMA gelisteten Messen als

Messeplatz ins Rampenlicht. In diesem Jahr wurde das HITEX Exhibition Centre mit insgesamt 10.500 Quadratmeter Hallenfläche und einem Freigelände von etwa 30.000 Quadratmetern eröffnet. Trotz der modernen Ausstattung finden hier jedoch nur wenige für die deutsche Wirtschaft relevante Messen statt.

NEUES MESSEGELENDE IN BENGALURU

Gespannt darf man sein, welche Rolle das für seinen starken Informationstechnologiesektor bekannte Bengaluru (Bangalore) ab diesem Jahr als Messeplatz spielen wird. Denn dort wurde im Januar das Messegelände Bengaluru International Exhibition Centre (BIEC) eröffnet. Es umfasst eine Hallenfläche von 40.000 Quadratmetern, ein Kongressgebäude und Schulungsräume mit moderner Infrastruktur. Das BIEC ist das erste Messegelände in Indien, dessen internationale Vermarktung exklusiv eine deutsche Messegesellschaft übernimmt. Einen entsprechenden Kooperationsvertrag hat die Deutsche Messe AG im Mai vergangenen Jahres unterzeichnet. Sie wird dort im November 2007 auch drei eigene Messen veranstalten: die Industrial Automation INDIA, die CeMAT India und die MDA INDIA.

Auch die im Südosten des Landes gelegene Hafenstadt Chennai spielt bisher eine untergeordnete Rolle als Messestandort. Sie verfügt über das Chennai Trade Centre (CTC), das zwei klimatisierte Messehallen mit insgesamt knapp 7.000 Quadratmeter Fläche sowie ein Kongresszentrum umfasst. Die Themen der Veranstaltungen in Chennai sind überwiegend lokal und regional von Bedeutung, teilweise haben sie aber auch nationalen oder internationalen Anspruch.

Wie das Engagement der Deutschen Messe AG in Bengaluru (Bangalore) zeigt, haben im Zuge der Globalisierung auch deutsche Messeveranstalter Indien als einen wichtigen Messemarkt für sich erkannt. Einige eröffneten dort

in den vergangenen Jahren Büros und führen eine Reihe von Eigenveranstaltungen auf den indischen Messeplätzen durch.

VERANSTALTUNGEN FÜR DIE ELEKTROBRANCHE WACHSEN

Speziell in der Elektronikbranche organisiert die Messe München International (MMI) seit 2000 gemeinsam mit ihrem indischen Partner jährlich die Componex/electronicIndia, deren Ausstellerzahlen von Jahr zu Jahr zunehmen. Im Januar 2006 nutzten 720 Unternehmen aus dem In- und Ausland diese Messe als Plattform, davon 22 innerhalb des vom Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) unterstützten deutschen Fir-

Ausstellungsdienst GmbH in Zusammenarbeit mit deren Partner vor Ort veranstaltete internationale Messe Automation hat in den vergangenen Jahren ebenfalls an Ausstellern gewonnen. Im September 2006 waren dort 415 Aussteller vertreten, davon neun im deutschen Pavillon.

Die Messe Düsseldorf veranstaltet im März 2007 in New Delhi die HOSPI Medica INDIA – Internationale Fachmesse für Medizintechnik, Krankenhausausstattungen, Zahnmedizin, Augenoptik und Rehabilitation. Auch an dieser Messe wird es eine offizielle deutsche Beteiligung mit 19 unter dem Logo „made in Germany“ auftretenden Unternehmen geben. Die größte Messe der Elektrik- und Industrieelektronik-



Das **BOMBAY EXHIBITION CENTRE**, teilweise auch als NSE Complex bezeichnet, verfügt über 30.000 Quadratmeter Hallenfläche und ein Freigelände von 20.000 Quadratmetern.

mengemeinschaftsstandes. Denn das BMWi und das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) unterstützen in Kooperation mit dem AUMA deutsche Unternehmen bei der Teilnahme an Messen im Ausland. In Indien sind dieses Jahr nach derzeitigem Stand 14 Bundesbeteiligungen geplant. Für die Componex/electronicIndia im Februar 2007 haben sich 26 Firmen für die Beteiligung am deutschen Pavillon angemeldet.

Die von der MMI-Tochtergesellschaft IMAG – Internationaler Messe- und

industrie in Indien ist die ELECRAA, deren Angebotsschwerpunkte bei Energieerzeugung, Energieversorgung und Energieverteilung liegen. Auf dieser alle zwei Jahre vom indischen Verband der Hersteller von Elektrik- und Elektronikprodukten IEEMA organisierten Messe stellten im Januar 2006 mehr als 1.000 Aussteller aus, wovon etwa zehn Prozent aus dem Ausland kamen. Auf dem deutschen Gemeinschaftsstand präsentierten sich 13 Unternehmen. Die nächste ELECRAA findet voraussichtlich vom 18. bis 22. Januar 2008 statt. ☉

MESSEN IN INDIEN EXHIBITIONS IN INDIA

DIE KOMMENDEN EVENTS 2007

THE UPCOMING EVENTS 2007



DATUM DATE	LAND/ORT COUNTRY/CITY TITEL TITLE
01.03.-03.03.07	Mumbai (Bombay) Asian Metallurgy - Messe für Metallurgie
01.03.-04.03.07	New Delhi TEX-STYLES INDIA - International Fair for Fabrics, Yarns, Thread, Textiles, Made-Up and Home Textiles, Furnishings
08.03.-12.03.07	New Delhi AAHAR - Internationale Fachausstellung Maschinen & Ausrüstungen für die Nahrungsmittelverarbeitung
09.03.-11.03.07	New Delhi HOSPIMedica INDIA - Internationale Fachmesse für Medizintechnik, Krankenhausausrüstungen, Zahnmedizin, Augenoptik, Rehabilitation
20.03.-22.03.07	New Delhi Convergence India - Messe für Kommunikationstechnik
24.03.-26.03.07	New Delhi BMCT - International Exhibition and Conference on Building Materials and Construction Technology
26.03.-28.03.07	Mumbai (Bombay) Frames - Global Convention on the Business of Entertainment
18.04.-19.04.07	Mumbai (Bombay) ChemSpec India
18.04.-21.04.07	New Delhi WIRE & CABLE EXPO - Internationale Fachausstellung für Draht- und Kabel-Produktion und Verarbeitung
03.05.-05.05.07	New Delhi HII Hospitality International India - Internationale Fachmesse für Nahrungsmittel, Hotelausrüstung, Raumgestaltung, Hotelbedarf, Dekor
03.05.-05.05.07	New Delhi ICON - India International Construction and Contracting Exhibition
03.05.-05.05.07	New Delhi III - Interiors International India
Juni 07	Bengaluru (Bangalore) Bangalore Bio - Internationale Messe und Kongress für die Biotechnologie

Juli 07	New Delhi DIJE - International Jewellery & Watch Exhibition
Juli 07	New Delhi DILF - Delhi International Leather Fair
Juli 07	Coimbatore INTEC - Industrial Trade Fair
Juli 07	Kalkutta TTF - Travel & Tourism Fair
07.07.-10.07.07	New Delhi JCK New Delhi - Internationale Schmuckmesse
13.07.-15.09.07	Mumbai (Bombay) INTERPHEX India - International Pharmaceutical, Cosmetic and Detergent Manufacturing Technology Expo and Conference
Aug 07	New Delhi IIGF - India International Garment Fair
12.09.-14.09.07	New Delhi ELCOMP INDIA - Internationale Messe mit Konferenz
20.09.-22.09.07	New Delhi India Electricity - International Exhibition and Conference on Indian Power Sector
27.09.-29.09.07	Mumbai (Bombay) INMEX - India International Maritime Expo
Oktober 07	New Delhi BIOTEC India International - Messe für Biotechnologie
Oktober 07	Bengaluru (Bangalore) Bangalore IT.in - International Information & Communication's Multimedia Technology Event
Oktober 07	New Delhi Enviro International - Umweltmesse
Oktober 07	New Delhi IHGF - Indian Handicrafts & Gifts Fair
Oktober 07	New Delhi INTERKAMA INDIA - Integrierte IT-Lösungen für die Prozess- und Herstellungsautomation

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

_Industry
_Procurement
_Law & Tax
_Exhibitions
_Asia in Europe

Asien ändert alles

**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

Die Standorte Asiens verändern die Welt. Und vor allem die
Industrieunternehmen hier. **sourcing_asia** bilanziert diesen Wandel.
Das Magazin liefert 6 mal im Jahr Informationen und Praxis-
wissen zu den Themen Beschaffung und Fertigung in Asien.

sourcing_asia erscheint in deutsch und englisch und
spricht so auch Ihr internationales Team im Einkauf an.

Bestellen Sie **sourcing_asia** jetzt im Probeabonnement und
Sie erhalten zwei Ausgaben für nur 19,90 Euro.
local global GmbH Tel.: (0711) 22 55 88 24 Fax (0711) 22 55 88 11
E-Mail: marketing@localglobal.de www.sourcing-asia.de



sourcing_asia

Magazine for Procurement, Manufacturing and Cooperation

INDIEN-INITIATIVE

LOCAL GLOBAL

Indien ist für deutsche Unternehmen in mehrfacher Hinsicht interessant. Zum einen locken der große Binnenmarkt mit einer zahlreichen werden- den kaufkräftigen Mittelschicht und der gewaltige Bedarf an einer Rund- erneuerung der Infrastruktur, zum anderen ist Indien ein hochinteres- santer Partner für Outsourcing und Offshoring.

Vor diesem Hintergrund bieten die nordrhein-westfälischen Industrie- und Handelskammern in Zusammen- arbeit mit der Deutsch-Indischen

KONTAKT

IHK zu Düsseldorf

Dr. Gerhard Eschenbaum

Telefon: 0211/3557-220

Telefax: 0211/3557-378

eschenbaum@duesseldorf.ihk.de

www.ihk-indieninitiative.de

Industrie- und Handelskammer ein umfangreiches Angebot von Infor- mationsveranstaltungen und Unter- nehmerreisen an. ☺

PERSONALMANAGEMENT

LOCAL GLOBAL

Die indische Geschichte, Kultur und Politik beeinflussen maßgeblich das Wirtschaftsleben auf dem Subkonti- nent und begründen vor allem wich- tige Regeln bei der Personalsuche und –auswahl in Indien.

Das teilt die Industrie- und Handels- kammer Nord Westfalen mit und the- matisiert daher am **3. Mai 2007** in **Münster** die Qualifikation indischer Arbeitnehmer, die Rolle des Personal- leiters und die Auswirkungen des Kas- tenwesens auf die Wirtschaft. Anhand des Beispiels der Beziehung zwischen Tochter- und Muttergesellschaften werden unter anderem folgende Fra-

KONTAKT

Industrie- und Handelskammer

Nord Westfalen, Münster

Thomas Weiß

Telefon: 0251/707-199

weiss@ihk-nordwestfalen.de

www.ihk-nordwestfalen.de

gen diskutiert: Wer leitet die Tochter- gesellschaft? Wer gehört zum Team? Welches Anforderungsprofil muss ein Indien-Manager erfüllen? Was ist bei Entsendungen von Deutschen nach Indien zu beachten? ☺

Ostasiatischer Verein e.V.
German Asia-Pacific Business Association



Ihre Brücke nach Asien

Individuelle Beratung • Sachveranstaltungen • Publikationen • Netzwerk

Das Unternehmensnetzwerk für die Asien-Pazifik Region mit umfassendem Service der Regionalexperten in der Geschäftsstelle und praxisorien- tiertem Austausch im Unternehmenskreis. Seit über 100 Jahren begleitet der OAV als privatwirtschaftliche Vereinigung Unternehmen bei ihren Asiangeschäften und pflegt die wirtschaftspolitischen Beziehungen zur Region. Als Partner im Netz der deutschen Außenwirtschaftsförderung und Gründungsträger des APA wirken wir mit an der Interessensvertretung der deutschen Asienwirtschaft. Beim traditionsreichen "Ostasiatischen Liebesmahl" versammeln wir jährlich die Kerngruppe der deutschen Asienwirtschaft.

Weitere Infos unter: www.oav.de oder rufen Sie uns an: OAV, Christiane Ludwig, Tel. 040 357559-31, Email: ludwig@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

SPICE UP YOUR BUSINESS!

4–7 December 2007,
Bangalore International Exhibition Centre



International Trade Fair for
Motion, Drive and Automation
www.mda-india.com



International Trade Fair for
Process and Production Automation
and Industrial Building Automation
www.ia-india.com



International Trade Fair for
Intralogistics
www.cemat-india.com