

sourcing **asia**

A man wearing a blue turban and glasses is shown in profile, talking on a silver mobile phone. He is wearing a dark suit, a white shirt, and a patterned tie. The background is a blurred office interior with large windows.

Indien: Business as Usual?

Mit ungebrochenem Optimismus setzen das Land
und seine Unternehmen weiter auf Wachstum.

MÄRKTE

Wie die Wachstumsmärkte
in Asien aus der Krise kommen

AUTOMOBIL

Wie sich Hersteller und Zulieferer
in China und Indien positionieren

PRAXIS

TCO-Konzepte
auf dem Prüfstand

PERSONAL

Herausforderung:
Berufsbildung in Indien



www.hardwarefair.com

INTERNATIONAL HARDWARE FAIR | COLOGNE

28 February – 3 March 2010

Solutions at work

Four days
for your business.



Around 2.500 exhibitors from all over the world will exhibit at the world's largest trade fair for the hardware industry. For four days the fair will provide retailers and buyers with a showcase of the latest products and technology from around the world, making the INTERNATIONAL HARDWARE FAIR COLOGNE the major international business meeting place for the industry. There's no better place to be than Cologne.

Order your tickets online
and save up to 30 % !
www.hardwarefair.com



Tools



Industrial
Supply



Fastening
& Fittings



Locks
& Fittings



Home
Improvement

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1, 50679 Köln, Germany
Tel. +49 221 821-0
Fax +49 221 821-2574
eisenwaren@visitor.koelnmesse.de

 **koelnmesse**
we energize your business

Wachstum nur noch im Osten?



Mit den Schlusszeilen zu dieser Ausgabe von sourcing_asia gibt Indien offiziell bekannt, dass man die Prognose für das Wirtschaftswachstum 2009/2010 von ursprünglich 5,7 auf 6,5 % erhöht hat. Ein letzter Blick noch auf die Unternehmensmeldungen aus der Region: Der Automobilkonzern Maruti-Suzuki, von dem jedes zweite Fahrzeug in Indien verkauft wird, gibt für das erste Halbjahr ein Plus von 32 % bei den Pkw-Verkäufen in Indien bekannt.

Es ist kein Wunder, wenn sich auf Indien derzeit erwartungsvolle Blicke richten. So hat auch die riesige Wirt-

schaftsdelegation, die dieser Tage aus dem noch vor kurzem so stolzen Export- und Automobilland Baden-Württemberg nach Indien reist, viel Hoffnung im Gepäck.

In der Autostadt Stuttgart – wie auch anderswo – geht der Blick auch noch weiter nach Osten: Was Bosch und andere für China nicht nur vage planen, sondern de-facto investieren, zeugt vom unerschütterten Vertrauen in China, der neuen Lokomotive der Weltwirtschaft. Wer jetzt dort nicht präsent ist, kann sich nur indirekt auf einen Pfeiler für neues Wachstum stützen.

Aber was heißt der unverkennbare automobile oder sogar generelle Aufschwung in Asien jetzt für die heimische Beschäftigung? Kommt es jetzt wirklich zu dringend benötigten Aufträgen und neuen Volumina für die Produktion in Deutschland? Eine globale Sourcing-Strategie muss sich sicher weiterhin alle Optionen offen halten: Nach wie vor gilt es, weiterhin notleidende und dringend benötigte Lieferanten in Deutschland zu stabilisieren und sich aus reichend Ressourcen und Positionen in den neuen Zentren des weltwirtschaftlichen Wachstums zu sichern.

Wenn sourcing_asia Ihnen dazu Anregungen geben kann, würden wir uns freuen. ☺

„Es ist kein Wunder, wenn sich auf Indien derzeit erwartungsvolle Blicke richten. So hat auch die riesige Wirtschaftsdelegation, die dieser Tage aus dem noch vor kurzem so stolzen Export- und Automobilland Baden-Württemberg nach Indien reist, viel Hoffnung im Gepäck.“

Hans Gäng Herausgeber

IMPRESSUM

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

Chefredakteur
Hans Gäng

Redaktion
Esad Fazlic
Telefon: +49 711/225588-10
redaktion@localglobal.de

Abonnement
Telefon: +49 711/225588-24
marketing@localglobal.de

Layout Olga Lukomska
Titelfoto: local global GmbH

Druck: Bechtle & Services GmbH & Co.KG

ABONNEMENT

www.sourcing-asia.de

JAHRESABONNEMENT

Deutschland: 149,40 - Euro plus MwSt.
Europa: 187,20 - Euro plus MwSt.
Übersee: 203,40 - Euro plus MwSt.
Einzelpreis 15,00 Euro plus Versand

KOOPERATIONSPARTNER





KONJUNKTORMOTOR AUTO

14 Indien und China auf der Überholspur – aktuelle Analysen und Berichte von automobilen Wachstumsmärkten, die diesen Namen auch wirklich verdienen.



BATTERIE-STAAT

28 In Taiwan wachsen Kompetenzen zusammen: Wer Akkus für Handys und Laptops baut, mischt auch bei Elektrofahrzeugen mit – und zwar weltweit.

NEWS

- 06 GTAI-News aus Asien
- 07 Automobilindustrie in China
- 08 Business-News

MÄRKTE

- 10 **Optimismus statt Krise**
Mit ungebrochenem Optimismus setzt Indien weiterhin auf Wachstum
- 12 **Neue Bergfahrt?**
Indiens Automobilsektor nach anfänglichem Absatzeinbruch wieder im Aufschwung

- 16 **Indien in Frankfurt**
Indische Hersteller präsentieren sich auf der IAA mit innovativen Modellen

- 26 **Taiwan – The Battery State**
Die Entwicklungsschmiede für Batterien erobert die Elektroauto-Branche

- 18 **Technische Textilien im Plus**
Aufgrund der hohen Nachfrage muss der Bedarf oft über Importe gedeckt werden

- 29 **Impulse aus China**
Die Wirtschaftskrise kann Ablegern der großen deutschen Industriemessen in China nichts anhaben

- 20 **Wachstum im Osten**
Das Reich der Mitte bleibt für Bosch der wichtigste Wachstumsfaktor in Asien

- 30 **Hüter der Seltenen Erden**
High-Tech Industrien fürchten Exportdrosselungen Chinas

- 22 **Aufbäumen gegen die Krise**
Chinas Neupositionierung im globalen Wettbewerb

- 24 **Auf der Überholspur**
Die Konjunkturmaßnahmen der chinesischen Regierung zeigen Wirkung





SELTENE ERDEN

32 Neodym, Cer, Yttrium? China kündigt dringenden Eigenbedarf bei seinen Rohstoffen an, die weltweit für High-Tech-Produkte gebraucht werden.



NEUE BILDUNGSZIELE

44 In Indien hat Bildung einen außerordentlichen sozialen Stellenwert. Industrialisierung und Globalisierung verändern die Bildungslandschaft.

PRAXIS

- 32 **Wertschöpfungsnetzwerke**
TCO-Analysen für optimierte Beschaffungsprozesse
- 34 **Sourcing von Metallteilen**
Optimale Lieferantensuche in der VR China
- 38 **Preise und Indizes**
- 40 **Repräsentanzen in China**
Der sinnvolle und kostengünstige Weg in China Fuß zu fassen
- 42 **Wie funktioniert Indien?**
Die Handelsvertretung als mögliche Form des wirtschaftlichen Engagements

PERSONAL GLOBAL

- 44 **Bildung in Indien**
Wie sich das Bildungswesen des Landes an geänderte Rahmenbedingungen anpasst
- 46 **Start für Berufsausbildung**
Daimler mit erfolgreichem Ausbildungsprogramm in Indien
- 48 **Education meets Business**
Eine neue Plattform für internationale Personalentwicklung hat 2010 Premiere
- 49 **Duales System - made for India**
Indien strebt eine Adaption des deutschen dualen Systems an

MESSEN & EVENTS

- 50 **Asien in der Hauptstadt**
Berlin und Asien diskutieren Zukunftsthemen
- 52 **Boom im Getränkemart**
Indiens Getränke- und Verpackungsindustrie boomt
- 54 **Solarpremiere in Indien**
Die führende Konferenz für Photovoltaik erstmals in Indien
- 55 **Automechanika Shanghai 2009**
Die Fachmesse für Autozubehör und -komponenten öffnet wieder ihre Pforten
- 56 **Service Messetermine**
 - Messen in Asien: die kommenden Events
 - Asien: Veranstaltungen zur Außenwirtschaft

twitter

58 **Asien-Experten twittern**
Mehr „Tweets“ auf www.sourcing-asia.de

03 **Impressum, Editorial**
58 **Vorschau**

China unterwirft sich WTO-Entscheidung

China hat sich überraschend einem Entschluss der Welthandelsorganisation (WTO) gebeugt. Mehr als vier Jahre hatte Beijing ausländische Lieferanten von Kfz-Teilen durch Strafzölle diskriminiert, wenn der Anteil importierter Teile mehr als 60% eines im Lande hergestellten Fahrzeugs betrug. Die EU und die USA machten seit drei Jahren Front gegenüber China, und nach Überzeugung vieler Analysten wären zum Jahresende wohl erstmals Sanktionen gegen das „Reich der Mitte“ verhängt worden.

Die chinesische Regierung hat sich in einem relativ überraschenden Schritt ohne vorherige Ankündigung dazu entschlossen, einer WTO-Entscheidung

über Zölle auf Kfz-Teile nachzukommen. China fügt sich damit einem Beschluss der WTO vom Dezember 2008, nachdem auf den Import von Kfz-Teilen erhobene zusätzliche Abgaben wettbewerbswidrig sind. Hätte Bei-

zweifelhaften administrativen Maßnahmen der chinesischen Regierung. Dazu zählen der Zwang zu Joint Ventures mit chinesischen Partnern, die Einstufung von Erzeugnissen als Importe auch dann, wenn nur ein Teil aus dem

Mehr als vier Jahre hatte Beijing ausländische Lieferanten von Kfz-Teilen durch Strafzölle diskriminiert.

jing nicht eingelenkt, wären zum Jahresende wohl erstmals Sanktionen verhängt worden. Ausländische Kfz-Teile-Lieferanten litten seit langem unter

Ausland kommt, sowie – grundsätzlich – die Erzwingung einer Lokalisierung der Produktion, das heißt eine Politik der Importsubstitution. ☺

Luxusautos in Hongkong weiterhin gefragt



Der ohnehin schon kleine Pkw-Markt Hongkongs ist im Zuge der weltweiten Wirtschaftskrise kräftig geschrumpft. Doch vor allem Massenhersteller aus Japan mussten Federn lassen, während deutsche Premiumanbieter lediglich von einer Marktkorrektur auf hohem Niveau berichteten und ihre Vormachtstellung weiter ausbauen. Je exklusiver die Marke, desto krisensicherer das Geschäft.

Am Wert gemessen ist daher die einheimische Nachfrage nicht so stark geschrumpft, wie es die Zulassungszahlen vermuten lassen. Laut Angaben

Hongkongs Pkw-Importe 2008

Gesamtwert in Mio. US\$, Durchschnittswert in US\$

	Gesamtwert	Stück	Durchschnittswert
Deutschland	1.001	17.940	55.800
Japan	665	36.260	18.300
USA	295	13.050	22.600

des Statistikamtes ist der Einzelhandelsumsatz mit Automobilen (einschließlich Teilen) in den ersten sechs Monaten 2009 um ein Drittel gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum eingebrochen. Die Gesamtnach-

frage nach Pkw ist stark zurückgegangen. Doch Luxuswagen aus Deutschland – sie stellten im ersten Halbjahr 2009 rund 60% der Pkw-Widerausfuhren Hongkongs nach China dar – bleiben einigermaßen gefragt. ☺

QUELLE



GTAI – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH
www.gtai.de

Indiens Bausektor wieder stabil

Der indische Bausektor hat sich nach einer sechsmonatigen Schwächephase inzwischen wieder stabilisiert. Zuletzt verzeichnete die Branche ein Plus von 7%. Wachstumsmotor ist der Infrastrukturbau mit einem Investitionsbedarf von rund 450 Mrd. US\$ bis 2012. Im Finanzjahr 2007/08 entfielen mit 2,3 Bill. iR etwa die Hälfte aller Bauinvestitionen auf den Infrastruktursektor. Insgesamt sollen im laufenden Fünfjahresplan rund 450 Mrd. US\$ in den Ausbau des Straßen- und Schienennetzes, die Verbesserung der Energie- und Wasserversorgung sowie den Bau neuer See- und Flughäfen fließen. Die Nachfrage nach gewerblichen Immobilien soll 2010 wieder anziehen. Beim Wohnungsbau setzen die Unternehmen verstärkt auf das Niedrigpreissegment. ☺

EU-Freihandelsabkommen mit Korea

Mitte Oktober 2009 paraphierten die EU und Korea (Rep.) ein Freihandelsabkommen. Dieses könnte frühestens etwa zur Jahresmitte 2010 in Kraft treten. Davon profitieren dürften auf deutscher Seite vor allem Maschinenbauer, die chemische Industrie und zum Teil auch Anbieter von Agrarerzeugnissen. Die Verbände der europäischen und der deutschen Automobilindustrie lehnen den Vertragstext ab. Für Deutschland ist Korea (Rep.) ebenfalls ein wichtiger Partner und mit deutschen Warenausfuhren dorthin in Höhe von 8,8 Mrd. Euro 2008 viertgrößter Abnehmer deutscher Waren außerhalb Europas, nach den USA, der VR China und Japan. ☺



Mercedes-Benz mit Rekordabsätzen

Mit Blick auf die Märkte erzielte Mercedes-Benz Cars in der Region Asien/Pazifik mit einem Plus von 15 Prozent weiterhin hohe Zuwächse und verkaufte im September mit 17.700 (i.V. 15.400) Pkw so viele Fahrzeuge wie nie zuvor. Insbesondere in China bleibt Mercedes-Benz Cars auf Erfolgskurs. Mit einem Rekordabsatz von 7.000 (i.V. 4.400) verkauften Fahrzeugen konnte das Geschäftsfeld im September den Absatz um 59 Prozent steigern.

Mercedes verkaufte im September so viele Fahrzeuge wie noch nie zuvor.

Mercedes-Benz ist nach wie vor die am schnellsten wachsende Premiummarke in China. Dazu trug neben der neuen E-Klasse auch der erfolgreiche Start der neuen Generation der S-Klasse bei: mit 1.600 Fahrzeugen stieg der Absatz der Luxuslimousine um zwölf Prozent. In Südkorea wächst Mercedes-Benz Cars ebenfalls dynamisch. Im September konnten die Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt werden auf 1.500 Pkw. ☉

VW feiert Erfolg in China

In den für den Volkswagen Konzern besonders wichtigen Regionen wurden erfreuliche Vertriebsergebnisse erzielt. Im größten Absatzmarkt China übertrafen die Auslieferungen bereits nach neun Monaten das Gesamtergebnis des Vorjahrs. Hier wurden von Januar bis September 1,06 (0,78; +37,0 Prozent)

Millionen Fahrzeugen verkauft. In der gesamten Vertriebsregion Asien/Pazifik wies Volkswagen ebenfalls ein deutlich höheres Verkaufsergebnis von 1,17 (0,89; +31,6 Prozent) Millionen Fahrzeugen aus. Ferner hat auch die tschechische tschechische Tochter Škoda vor allem in China und Indien kräftig zule-

gen können. Volkswagen wird seinen Wachstumskurs in China fortsetzen. In Shanghai lief vor kurzem das fünfmillionste Fahrzeug der Shanghai Volkswagen (SVW) vom Band. Zugleich wurde das 25jährige Bestehen dieses ersten deutsch-chinesischen Joint Ventures des VW Konzerns gefeiert. ☉

Audi übertrifft Vorjahresergebnis

Die AUDI AG setzt ihren Wachstumskurs in China fort: Das Unternehmen hat bereits im Oktober das Absatzvolumen des Vorjahres übertroffen. Damit wird 2009 das erfolgreichste Jahr in der 21-jährigen Geschichte von Audi in China. Audi lieferte seit Januar 118.196 Autos in China aus, dies entspricht einem Wachstum von 22 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Maßgeblich zum Absatzrekord beigetragen haben die in Changchun produzierten Modelle Audi A6 in der Langversion (80.308 Einheiten, plus 16,6 Prozent) und der Audi A4, ebenfalls in der

Langversion (28.269 Einheiten, plus 62 Prozent). Einen weiteren Wachstumsschub erwartet Audi durch den soeben in China vorgestellten und ebenfalls gemeinsam mit dem Joint Venture-Partner FAW produzierten Audi Q5.

„Dieser Rekord übertrifft unsere Erwartungen. Wir erhöhen daher unser Absatzziel für 2009 und werden bis zum Jahresende deutlich über 130.000 Autos in China verkaufen“, sagt Peter Schwarzenbauer, Vorstand Marketing und Vertrieb der AUDI AG. Audi ist damit klar auf dem Weg zu einem neuen Rekordjahr in China. ☉



Maßgeblich zum Absatzrekord beigetragen haben die in Changchun produzierten Modelle A6 in der Langversion und der A4, ebenfalls in der Langversion.

MAN kooperiert mit Sinotruk

MAN ist nun Partner des chinesischen Marktführers für schwere Lkw Sinotruk. Die chinesischen Behörden haben die Transaktion genehmigt und damit den Weg für die strategische Partnerschaft freigemacht. MAN ist damit in einem der größten und weiterhin am stärksten wachsenden Lkw-Märkte der Welt prominent und nachhaltig vertreten. Die MAN SE wird mit dem Kauf von Stammaktien von Sinotruk und durch eine Kapitalerhöhung des Unternehmens mit 25 % plus einer Aktie am chinesischen Unternehmen direkt beteiligt sein. Insgesamt wird MAN dabei 560 Mio. € investieren.“

China ist ein Markt mit hoher Bedeutung und großem Potenzial. Wir freuen uns, dass wir nun mit unserem Partner Sinotruk dort diese wichtige Kooperation starten können“, erklärte Håkan Samuelsson, CEO MAN SE. Samuelsson wird künftig im Board of Directors von Sinotruk vertreten sein. Sinotruk ist der Marktführer in China und hält derzeit rund 25 % Marktanteil bei schweren Lkw. Das Unternehmen ist an der Hongkonger Börse gelistet. Im Jahr 2008 setzte Sinotruk über 100 000 Lkw ab, erzielte einen Umsatz von 26 Mrd. RMB (2,5 Mrd. €) und ein Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) von 1,5 Mrd. RMB

(131 Mio. €). Die Hauptproduktionsstandorte des Unternehmens befinden sich in Jinan, der Hauptstadt der Provinz Shandong. Beide Unternehmen verbindet eine lange Zusammenarbeit: Bereits seit 25 Jahren besteht ein Abkommen im Lizenzgeschäft mit Sinotruk und der Muttergesellschaft. Seitdem werden für MAN in China Lkw und Komponenten in Lizenz gefertigt. ☉



Mit der Partnerschaft ist MAN in einem der weltweit größten Lkw-Märkte vertreten.

BASF mit neuer Asienstrategie



Die BASF hat ihre Strategie 2020 für die Region Asien, Pazifischer Raum veröffentlicht. Das Unternehmen will in dieser Region das jährliche Wachstum des Chemiemarkts um zwei Prozentpunkte übertreffen. Bei einem erwarteten Marktwachstum von vier bis fünf Prozent pro Jahr will BASF damit den regionalen Umsatz bis 2020 verdoppeln und zugleich eine Prämie auf die

Kapitalkosten verdienen. „BASF hat die Position als das führende Chemieunternehmen der Welt auch durch langjähriges Engagement im asiatisch-pazifischen Raum gefestigt. Der asiatische Wachstumsmarkt wird BASF weiterhin attraktive Möglichkeiten bieten. Unsere Strategie 2020 wird uns helfen, diese zu nutzen“, sagt Dr. Martin Bruder-müller, Vorstandsmitglied der BASF SE

und verantwortlich für die Region Asien, Pazifischer Raum. „Unsere langfristige Erwartung für diese dynamischen Märkte ist unverändert, trotz der momentanen wirtschaftlichen Situation.“ BASF plant, zwischen 2009 und 2013 2 Milliarden € zu investieren und so zum Ziel beizutragen, 70 Prozent des Umsatzes in der Region Asien, Pazifischer Raum aus lokaler Produktion zu

► Zur Zeit arbeiten 300 BASF-Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung an 15 asiatischen Standorten.

erwirtschaften. Diese Summe beinhaltet den 50-prozentigen Anteil von BASF an der Erweiterung des Chemie-Verbundstandortes in Nanjing/China für 1,4 Milliarden US\$, der im Juli 2009 von der chinesischen Regierung genehmigt wurde. In Chongqing/China plant BASF den Bau einer Anlage für MDI, ein Vorprodukt zur Herstellung von Polyurethanen.

Um ihre Ziele in Asien zu erreichen, will BASF die Anzahl der Beschäftigten in Asien, Pazifischer Raum bis 2020 um mindestens 5.000 steigern. Dafür baut das Unternehmen Rekrutierungszentren in China und Indien auf. In der Forschung und Entwicklung wird BASF die Zahl der Mitarbeiter bis 2020 mehr als verdoppeln, vor allem in China und Indien. Zur Zeit arbeiten 300 BASF-Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung an 15 asiatischen Standorten. ☉

Business News aus Asien

Kontron und Emerson in Japan

Emerson Network Power und die Kontron AG, die weltweiten Marktführer für Embedded Computing, schließen sich zusammen, um gemeinsam den japanischen Markt zu bedienen. Emerson wird Hauptvertriebspartner für die Emerson- und Kontron-Produkte in Japan. Zu den Aufgaben zählen der Verkauf, der Kundensupport sowie damit zusammenhängende Aktivitäten unter der Marke Emerson.

Die Kunden werden über ein etabliertes Netzwerk aus Direkt- und Vertriebskanälen bedient. Für Verkauf und Support werden Emersons Service-Center und Partner eingesetzt. Kontron und Emerson stellen gemeinsam die gesamte Produkt- und Anwendungsentwicklung sowie den technischen Support zur Verfügung. Durch diese Zusammenarbeit in Japan haben die Kunden Zugang zu den besten Technologien, Produkten und Lösungen im Angebot von Kontron und Emerson. ☉

CNPV kooperiert mit SET GmbH

China Solar Photovoltaic SA (CPNV) hat bekannt gegeben, dass das Unternehmen mit der SET GmbH, einem bekannten deutschen Projektentwicklungs- und Vertriebsunternehmen, ein langfristiges strategisches Vertriebsabkommen abgeschlossen habe. Das strategische Abkommen sieht vor, dass CNPV der Firma SET ab 2010 bis insgesamt 2012 mit Fotovoltaikmodulen mit einer Gesamtleistung von 100 MWp beliefern wird, darunter eine bereits fest geplante Lieferung von 20 MWp im Laufe des Jahres 2010.

Das strategische Abkommen sieht vor, dass CNPV der Firma SET ab 2010 bis

insgesamt 2012 mit Fotovoltaikmodulen mit einer Gesamtleistung von 100 MWp beliefern wird, darunter eine bereits fest geplante Lieferung von 20 MWp im Laufe des Jahres 2010 zu festen Preisen. ☉

Weltgrößte Windenergie-Produktionsanlage in China

Am 15. Oktober enthüllte Vestas, bei Windenergieanlagen weltweit führend, die weltgrößte integrierte Windenergie-Produktionsanlage des Unternehmens, die in Chinas Wirtschaftszone TEDA (Tianjin Economic-Technological Development Area) aufgebaut wurde. Seit Vestas im Jahre 2006 die erste Flügelfertigungsanlage erstellt, ist die Produktionsanlage in TEDA weiter ausgebaut worden. Die Fertigstellung der Produktionsanlage erhöht nicht nur Vestas' Produktionskapazität in China und treibt die Produktion vor Ort weiter voran, sondern bringt auch hochmoderne Fertigungstechniken für Windenergieanlagen nach China. All dies hat zum Ziel, in China und auf internationaler Ebene laufend hochtechnisierte und hochwertige Windturbinenanlagen auf den Markt bringen zu können. ☉

Maersk mit Servicecenter in Chengdu

A.P. Moller-Maersk Group, der weltweit führende Logistikkonzern, siedelt sein globales Servicecenter im Tianfu Software Park in Chengdu, in der Provinz Sichuan, an und stellt damit sein Engagement, seine Betriebstätigkeit in China weiter auszubauen, unter Beweis. Maersk wird im Software-Park eine Logistikverarbeitungs-Abteilung und ein Dokumenten-Verarbeitungszentrum einrichten. Die neue Anlage des



Die Gewinnung von Strom aus Windkraft soll in China in den nächsten zehn Jahren auf 100 Gigawatt gesteigert werden.

Unternehmens belegt damit eine Gesamtbürofläche von circa 15.000 qm. Sie wird darüber hinaus auch Dienstleistungsbetriebe anderer Branchen von Maersk im Bereich der Auftragsabwicklung und der Personalschulung beherbergen.

„Nach gründlicher und sorgfältiger Abwägung in China und auch in anderen Ländern, haben wir uns schliesslich für Chengdu entschieden“, sagte Shi Kesheng, Vice-President von Maersk Group. Vier Gründe waren für die Entscheidung von Maersk ausschlaggebend: die geschäftliche Wettbewerbsfähigkeit, die effiziente staatliche Genehmigungspolitik, die Verfügbarkeit von Personal und das Marktpotential, sagte Shi. In letzter Zeit ist die Senkung der Betriebskosten für viele global tä-

tige Unternehmen zu einer absoluten Priorität geworden. Eine steigende Zahl ausländischer Unternehmen strebt daher eine Präsenz auf den unerschlossenen Märkten im Westen Chinas an. Chengdu, ein Wirtschafts- und Finanzzentrum im Südwesten Chinas, ist ein idealer Standort für globale Unternehmen, das sie die dort bereits vorhandene Infrastruktur, das Mitarbeiterpotenzial, das offene Umfeld und die niedrigen Betriebskosten nutzen können. Chengdu hat sich schrittweise zu einem Cluster von Shared-Service-Zentren entwickelt. Zahlreiche Unternehmen von Weltformat, u. a. Accenture, die DHL, Amazon und auch die chinesische Internet-Handelsplattform Alibaba haben sich hier erfolgreich niedergelassen. ☉

Optimismus statt Krise

Wie hat sich Indien in den letzten fünf Jahren verändert? In der Neuauflage des Ratgebers „Wirtschaftspartner Indien“ versuchen die Autoren Dr. Johannes Wamser und Peter Sürken eine Bilanz.

INTERVIEW: ESAD FAZLIC LOCAL GLOBAL

KONTAKT



Dr. Johannes Wamser ist Wirtschaftsgeograph und Geschäftsführer der auf Indien spezialisierten Unternehmensberatung Dr. Wamser & Batra GmbH. wamser@wamser-batra.de



Peter Sürken ist ehemaliger Geschäftsführer der Degussa India Pvt. Ltd. Er war im Vorfeld für die Konzeptentwicklung, Gründung und den Aufbau der Gesellschaft verantwortlich. Heute ist Herr Sürken als Senior Partner ebenfalls beim Unternehmen Dr. Wamser + Batra GmbH tätig. suerken@wamser-batra.de

Was hat Sie dazu veranlasst eine zweite Auflage Ihres Indien-Ratgebers zu publizieren?

Wamser: Die Frage ist nach dem Grund für eine Neuauflage ist natürlich berechtigt, sind ja gerade erst einmal vier Jahre vergangen, seit wir an der ersten Auflage gearbeitet haben. Zum einen sieht Indien noch genauso aus, wie vor drei, fünf oder auch fünfzehn Jahren. Das finden Sie bestätigt, wenn Sie beispielsweise Delhi oder Bombay verlassen und einfach mal fünfzig oder hundert Kilometer raus „aufs Land“ fahren. Hier ist von Veränderung und Moderne nicht viel zu spüren, vielmehr finden Sie die klassischen Indienklischees wie Schmutz, Armut oder Rückständigkeit bestätigt.

Betrachten wir jedoch die relevanten Wirtschaftsregionen wird eine beinahe atemberaubende Dynamik erkennbar. Modernste Produktionsbetriebe aber auch Wohngebiete mit gehobenem westlichem Standard wären noch vor wenigen Jahren undenkbar gewesen, sind aber heute vorhanden oder werden gerade gebaut.

Das gleiche trifft auch auf die indischen Unternehmen zu. Hat man vor wenigen Jahren noch angenommen, dass die klassischen, extrem hierarchisierten, von der Familie bzw. der Sippe gehaltenen Familienunternehmen mit nur einer wirklichen Entscheidungsperson an der Spitze, vorherrschend bleiben würden, stellen wir nun fest, dass wirklich erfolgreiche Unternehmen in Management und Struktur von ihren westlichen Vorbildern kaum noch zu unterscheiden sind.

Und auch wir als Autoren haben wertvolle Erfahrungen sammeln können. In

den letzten fünf Jahren haben wir mehr als 50 Indienprojekte deutscher Unternehmen – von Konzernen bis zum inhabergeführten Mittelstand – begleitet. Aufgabenstellungen, wie der Aufbau und die Auflösung von Gesellschaften, Rekrutierung aber auch Entlassung von Managementpersonal, Machbarkeitsstudien und wirtschaftliche Bewertungen von Projekten im indischen Umfeld sowie eine Reihe von Krisenmanagementprojekten haben uns die Probleme, Risiken und Unwägbarkeiten, aber auch die Chancen, die Indien bietet, an eigener Haut erleben lassen. Und diese Erfahrungen wollen

Wie geht Indien mit der Krise um - und zwar der Krise der Industrie in den USA und der EU?

Wamser: Die Krise ist eigentlich gar nicht wirklich in Indien angekommen. Immer noch 6 bis 7% Wachstum und ein Bankensystem, das kaum von der Finanzkrise betroffen wurde. Wenn man ehrlich ist, muss man sich fragen, ob das Gerede von der „Weltwirtschaftskrise“ überhaupt gerechtfertigt ist, denn eigentlich sind es nur die traditionellen Volkswirtschaften, also die USA, Europa und Japan, die so drastisch betroffen sind. Indien dagegen kaum. Nicht vergessen werden darf

„Die Krise ist eigentlich gar nicht wirklich in Indien angekommen. Immer noch 6 bis 7% Wachstum und ein Bankensystem, das kaum von der Finanzkrise betroffen wurde.“

Dr. Johannes Wamser Dr. Wamser + Batra GmbH

wir teilen – nicht aus der sicheren Distanz eines Verbandes oder einer internationalen Beratungsgesellschaft, sondern direkt aus der Praxis.

Spricht man in Indien überhaupt von einer Krise, herrscht dort nicht eine Art „Dauerkrise“ in den meisten Teilen des Landes?

Wamser: Ja, richtig. Wenn Sie ohnehin jeden Tag mit katastrophaler Infrastruktur und extremen sozialen Herausforderungen zu kämpfen haben, geraten Sie vielleicht auch nicht so schnell in Panik. In der sind daher momentan deutlich optimistischer und lassen sich von der Weltuntergangsstimmung in Europa einfach nicht anstecken.

auch, dass wir momentan eine Generation in Indien erleben, die jetzt einfach das Wachstum erleben will. Die 25 bis 30jährigen wollen nun auch nicht mehr länger warten, sondern wollen auch Autos fahren und Surround Anlagen zu Hause nutzen. Das ist meines Erachtens mit der Aufbruchstimmung der 50er Jahre in Deutschland zu vergleichen.

Eine neue Mittelklasse war in Indien für lange Zeit Fiktion – ist Sie nach fünf Jahren Wachstum zur Realität geworden?

Wamser: Die Bevölkerung hat sich verändert. Hiermit ist jedoch nicht die



© JANETANDPHIL/Flickr

Gesamtbevölkerung von mittlerweile rund 1,1 Milliarden Menschen gemeint, sondern die Vertreter der konsumstarken, überwiegend jüngeren und gut ausgebildeten Generation, die man durchaus als neue Mittelklasse bezeichnen kann.

Diese Gruppe tendiert immer stärker zu westlichen Konsum- und Verhaltenspräferenzen. War noch vor wenigen Jahren die vorherrschende Erwartung, dass die indische Kultur westliche Einflüsse weitgehend blockieren, zumindest aber abmildern würde, so stellen wir heute fest, dass diese Annahme nicht mehr zutreffend ist. Diejenigen, die es sich leisten können, tragen mittlerweile genau dieselben „Markenklamotten“, Uhren und sonstige Accessoires wie ihre Pendants in Europa oder den USA. Moderne Designprodukte, wie Apples iPod aber auch hochwertige Küchenmöbel und Haushaltsgeräte aus Deutschland werden nachgefragt – selbst wenn es eine Stange mehr Geld kostet.

Da die indische Bevölkerung in den letzten Jahren ein Bewusstsein für Qualität entwickelt hat, stellt sich die Frage, ob dies mittlerweile auch bei indischen Lieferanten bzw. Produzenten der Fall ist?

Sürken: Im Prinzip ja. Aber die indischen Lieferanten und Unternehmen befinden sich in einem Qualitäts- und Technologiedilemma: Noch vor wenigen Jahren waren sie nicht gezwungen, qualitativ hochwertige Produkte oder Technologie „state of the art“ zu produzieren. Doch das hat sich in den letzten Jahren drastisch geändert und stellt neue Chancen aber auch Anforderungen an die indischen Unternehmen: Das erste Mal in der Geschichte Indiens steht den indischen Unternehmen der Zugang zu internationalen Märkten offen. Das Image Indiens hat sich in den letzten Jahren international verbessert; „Made in India“ ist nicht mehr ein unüberbrückbarer Malus. Damit steigt aber auch der Wettbewerb in Indien, da immer

mehr ausländische Unternehmen, die über eindeutig überlegene Technologien und viel besseren Qualitätsstandards verfügen, nach Indien kommen. Viele indische Unternehmen befinden sich jedoch in dem Dilemma, dass sie technologisch und auch von der Industrieerfahrung her noch nicht auf Weltniveau angekommen sind. Daher sind bereits heute zahlreiche indische Unternehmen auf ausländische Kooperationspartner angewiesen. Für viele indische Unternehmen wird eine solche Kooperation sogar überlebenswichtig werden, da man ansonsten ohne den erhofften technologischen Quantensprung früher oder später vom Markt verschwinden wird.

Welche aktuellen Chancen ergeben sich für die deutsche bzw. europäische Industrie auf dem indischen Markt? In welchen Bereichen wird man es mittel- bis langfristig mit einer gestärkten heimischen Konkurrenz zu tun bekommen?

Sürken: Die Frage ist eigentlich recht einfach zu beantworten: Indiens Markt funktioniert genauso wie der Rest der Welt! Wenn Sie also ein Nischenprodukt haben, mit dem Sie überall führend auf der Welt sind, dann werden Sie eine vergleichbare Marktposition auch in Indien erreichen. Wenn Sie der Technologieführer sind, so wird man das auch in Indien wissen und Sie kennen. Unterschätzt werden darf dabei auch nicht, dass die indischen Unternehmen sehr wohl verstehen, sich auf Kleinserien zu konzentrieren oder einzelne gute Produkte herzustellen. Das mag dann vielleicht noch nicht auf das gesamte Portfolio des Unternehmens zutreffen, aber es kann durchaus sein, dass das Unternehmen einen bestimmten Pumpen- oder Ventiltyp gut bauen kann, dass Keramikware in akzeptabler Qualität hergestellt wird oder dass man durch die zunehmende Präsenz europäischer Marken auch versucht, europäisches Design nachzubauen. ☺



Neue Bergfahrt ?

Nachdem der Boom im indischen Automobilsektor im September 2008 mit der weltweiten Finanzkrise ein vorläufiges Ende fand, zeichnet sich auf dem Pkw-Markt nach stagnierenden Absatzzahlen im Finanzjahr 2008/09 eine leichte Verbesserung ab. Die Talfahrt beim Absatz von Nutzfahrzeugen ist indes noch nicht zu Ende.

ARTIKEL: BORIS ALEX GTAI

Die Verkäufe im Zeitraum April bis Juni 2009 legten bei PKW um 3,8% zu, wohingegen die Verkaufszahlen für Nutzfahrzeuge weiterhin sanken (April bis Juni 2009: -12,9%). Experten rechnen im 2. Halbjahr des Finanzjahres 2009/10 mit einer Erholung des Kfz-Marktes.

Steigende Finanzierungskosten und Unsicherheiten hatten in Indiens Pkw-Branche im Wirtschaftsjahr 2008/09 (1.4. bis 31.3.) auf die Kauflaune der Kunden und damit die Verkaufszahlen gedrückt. Dies wurde teilweise durch die Einführung einiger Neuwagen auf dem Markt kompensiert, wobei sich der Verkauf zugunsten der Hersteller mit dem jüngeren Produktportfolio verschob. In den steigenden Absatzzahlen vom 1. Quartal 2009/10 spiegeln sich die zwischenzeitlich gesunkenen Kosten für Konsumentenkredite wider, und auch im Juli 2009 hält die indische Zentralbank die Zinsen weiterhin niedrig. Auf der Agenda der Autohersteller stehen 2009 weitere Produkteinführungen, die die Nachfrage stimulieren, gleichzeitig aber auch den Wettbewerbsdruck erhöhen dürften. Der Markt wird sich deshalb möglicherweise schneller erholen als das Nfz-Segment.

Im Juli 2009 konnte der größte indische Automobilhersteller, Tata Motors, 18% mehr Fahrzeuge absetzen als im Vorjahresmonat. Der Inlandsabsatz von Pkw legte um 17% zu. Auch der zweitgrößte Automobilhersteller des Landes, Hyundai Motor India, vermeldete für Juli steigende Verkaufszahlen. Die Koreaner konnten 54% mehr Pkw in Indien absetzen als im Vorjahresmonat, gleichzeitig legten die Exporte um 6% zu. Damit stieg der Absatz insgesamt um 26%. Ein guter Monat war der Juli auch für Mahindra & Mahindra (M&M) und Maruti Suzuki India. Beide Unternehmen haben ihren Inlandsabsatz um 27% steigern können, hauptsächlich wegen der Einführung neuer Modelle.

Der Luxusanbieter Mercedes-Benz India konnte im 1. Halbjahr 2009 nur

1.500 Fahrzeuge absetzen (Gesamtjahr 2008: 4.000). Das Unternehmen hofft auf bessere Verkaufszahlen im 2. Halbjahr. Mercedes plant, in den nächsten zwei Jahren 4,5 Mrd. indische Rupien (iR; rund 670 Mio. Euro; 1 Euro = 68,616 iR) in den Ausbau des Vertriebsnetzes und des FuE-Zentrums in Bangalore sowie rund 700 Mio. Euro in den Ausbau der Produktionskapazität der Lkw-Fertigung in Chennai zu investieren.

NACHFRAGE FÜR NUTZFAHRZEUGE WEITERHIN SCHWACH

Die Nutzfahrzeughersteller leiden besonders unter den Folgen der Finanzkrise. Nicht nur die Finanzierung der Fahrzeugkäufe bereitet den Unternehmen Schwierigkeiten, sie verzeichnen wegen der gesunkenen Industrieproduktion und Exporte auch deutlich weniger Aufträge. Bemerkbar macht sich insbesondere die geringere Nachfrage der Transportbranche. Im Dezember 2008 stellte der Sektor einen Negativrekord auf: Die Verkäufe von Nfz gingen um gut 58% gegenüber dem Vorjahresmonat zurück - der schlechteste Wert seit zehn Jahren. Der Abwärtstrend hält auch 2009 an, allerdings hat sich die Fallgeschwindigkeit verlangsamt. Im Zeitraum von April bis Juni 2009 wurde ein Minus von 12,9% gegenüber dem Vorjahresquartal verzeichnet.

Die staatlichen Investitionen in den landesweiten Ausbau des Nahverkehrsnetzes in 118 Städten über die „Nehru National Urban Renewal Mission“ wirken sich positiv auf die Gewinne für Bushersteller aus. Angesichts der geschwächten Konjunktur hat die Regierung die Käufe im Februar vorgezogen. Seit das Programm angelaufen ist, konnten die Bushersteller bereits Bestellungen über 40 Mrd. indische Rupien (iR; rund 590 Mio. Euro; 1 Euro = 68,30 iR) generieren, und ein Ordervolumen von rund 7.400 Bussen steht noch aus. Profitieren dürften von den geplanten Investitionen vor allem Tata Motors und Ashok Leyland, die den Markt für Niederflrbusse dominieren.

Kfz-Verkäufe in Indien in 1.000 Stück
Veränderung gegenüber der Vorjahresperiode in % 1)

	2008/09	Veränd.	04.09-06.09	Veränd.
Personenfahrzeuge	1.551,90	0,1	416,8	3,8
Pkw	1.219,50	1,3	323,9	4,7
UVs 2)	225,8	-7,9	60,9	-6,9
MPVs 3)	106,6	5,7	32	19,1
Nfz	384,1	-21,7	96,8	-12,9
Mini- und Midibusse	26,8	-3,6	9,6	10,2
Busse (ab 7,5 t)	34,9	-9,7	7,5	-16,2
Kleintransporter	173,7	-7,6	48,4	17,2
Lkw (ab 7,5 t)	148,6	-37	31,4	-39,9
Dreiräder	349,7	-4,1	91,3	6,9
Zweiräder	7.437,70	2,6	2.135,90	14,5
Insgesamt	9.723,40	0,7	2.740,80	11,2

1) Indisches Finanzjahr 1.4. bis 31.3.; 2) Utility Vehicles: geländegängige Straßenfahrzeuge; 3) Multi Purpose Vehicles: Minivans bis 3,5 t zur Personenbeförderung

QUELLEN: SOCIETY OF INDIAN AUTOMOBILE MANUFACTURERS - SIAM, FLASH REPORT ON PRODUCTION AND SALES

Fahrzeugproduktion in 1.000 Stück, Veränderung gegenüber der Vorjahresperiode in %

	2008/09	Veränd.	04.09-06.09	Veränd.
Personenfahrzeuge	1.838,70	3,4	495,7	6,2
PKW	1.516,80	6,4	402,3	7,2
.Kleinst- und Kleinwagen 1)	1.183,80	12,9	333,1	18,0
.Mittelklasse 2)	229,2	-6,8	49,5	-16,3
.Executive 3)	33,1	-25	8,5	-18,2
.Premium 4)	7,8	-10,2	2,1	-18,5
.Luxury 5)	0,5	3,4	0,2	-16,4
UVs	218,2	-11,3	61,1	-8,4
MPVs	103,7	-1,6	32,4	30,3
Nfz	417,1	-24	103,7	-19,2
.Mini- und Midibusse	28,6	-15,5	10	2,3
.Busse	41	-11,9	8,5	-24,2
.Kleintransporter, Pick-ups	196,9	-11	53,4	10,6
.Lkw	151,5	-39	31,9	-46,1

1) bis 4.000 mm, 2) 4.001 bis 4.500 mm; 3) 4.501 bis 4.700 mm, 4) 4.701 bis 5.000 mm, 5) ab 5.001 mm

QUELLEN: SIAM, FLASH REPORT ON PRODUCTION AND SALES (APRIL 2009, JULI 2009)

Der im Juli veröffentlichte Haushalt für das laufende Haushaltsjahr 2009/10 hält keine signifikanten Maßnahmen für die Kfz-Branche bereit. Der Sektor profitiert von einer Senkung der Excise Duty auf große Pkw und Nfz (Kapazität ab 2,0 Liter) in Höhe von 20.000

auf 15.000 iR pro Fahrzeug. Allerdings bleibt abzuwarten, ob diese ausreicht, um die Nachfrage zu stimulieren. Stärker ins Gewicht fallen könnte die Senkung der Excise Duty auf Benzin-Lkw von 20 auf 8%. Gleichzeitig wurde die Steuer auf Karossen für diese Lkw



© AUDIAG

Audi plant seine Aktivitäten in Indien auszuweiten. Medienberichten zufolge prüft das Unternehmen, ob der im Juni lancierte Q5 künftig neben den Limousinen A4 und A6 vor Ort montiert werden soll.



Pkw Produktion und Inlandsabsatz 2008/09 (einschließlich UVs, MPVs) nach Herstellern (in Stück; Veränderung gegenüber der Vorjahresperiode in %; Marktanteil in %)					
	Produktion	Veränd.	Absatz	Veränd.	Anteil
Insgesamt	1.838.697	3,4	1.551.880	0,1	100,0
Maruti Suzuki India	774.623	1,1	722.144	1,5	46,5
Hyundai Motor India	502.218	36,8	244.080	12,7	15,7
Tata Motors	216.590	-10,5	230.918	1,3	14,9
Mahindra & Mahindra	105.539	-3,4	106.476	2,5	6,9
General Motors India	58.141	-13,4	61.526	-7,5	4,0
Honda Siel Cars India	46.865	-24,7	52.420	-16,5	3,4
Toyota Kirloskar Motor	46.482	-13,4	46.892	-15,4	3,0
Ford India	26.685	-30,3	27.976	-17,4	1,8
SkodaAuto India	15.164	6,4	13.894	-2,1	0,9
Mahindra Renault	14.404	-46	13.423	-48,2	0,9
Hindustan Motors	8.963	-26,8	9.152	-27,9	0,6
Fiat India Automobiles	9.979	162,3	8.087	135,3	0,5
Force Motors India	4.974	-39,3	5.063	-37,6	0,3
Mercedes-Benz India	3.065	5	3.302	14,1	0,2
BMW India	9.079	162,3	3.038	40,5	0,2

QUELLEN: SIAM, FLASH REPORT ON PRODUCTION AND SALES (APRIL 2009)

von „20% plus 10.000 iR“ auf „8% plus 10.000 iR“ reduziert. Indirekt profitiert die Branche von den steigenden Investitionen für den Ausbau des Straßennetzes und die Entwicklung der ländlichen Regionen und den damit verbundenen Einkommenssteigerungen. In Indien wurden 2007/08 Kfz-Teile im Wert von 18 Mrd. US\$ hergestellt, so eine Schätzung des Fachverbandes Automotive Component Manufacturers Association (ACMA). Im Finanzjahr 2008/09 dürfte ein Wachstum der Produktion wohl ausgeblieben sein, aktuelle Zahlen liegen jedoch noch nicht vor. Fast alle großen Automobilhersteller sind auf dem Subkontinent mit einer Produktionsstätte vertreten. Die meisten Unternehmen halten trotz der weltweiten Konjunkturkrise an ihren Investitionsplänen fest, obgleich der Produktionsstart angesichts geringer Auslastung der bereits vorhandenen Kapazitäten teilweise verschoben wird. Indien bietet für die deutsche Auto-

bilindustrie und -zulieferer mittel- und langfristig gute Absatzchancen, denn das südasiatische Land gehört auch weiterhin zu den wachstumsstärksten Märkten weltweit.

DEUTSCHE TECHNIK AUF ERFOLGSKURS

Deutsche Technik genießt in Indien einen hervorragenden Ruf, und die Wirtschaftsbeziehungen werden auch von politischer Seite gefördert. Auf Initiative der deutschen und indischen Regierungen wurde Anfang 2009 eine Deutsch-Indische Arbeitsgruppe für den Automobilsektor eingerichtet. Neben der Intensivierung der Partnerschaft liegen die Schwerpunkte in der Forschung und Entwicklung sowie bei Fragen des Marktzugangs. In der Arbeitsgruppe kommen Regierungs- und Industrievertreter beider Länder zusammen, den Vorsitz haben das deutsche Bundesverkehrsministerium sowie das indische Industrieministerium.



Seit Anfang 2008 rollten bereits mehrere Audi-Modelle von den Bändern des Konzerns SAIP in Aurangabad, Maharashtra.

Die nächste Sitzung der Arbeitsgruppe findet während der „IAA PKW“ (Internationale Automobilausstellung) am 22.0.09 in Frankfurt statt.

Audi plant seine Aktivitäten in Indien auszuweiten. Medienberichten zufolge prüft das Unternehmen, ob der im Juni lancierte Q5 künftig neben den Limousinen A4 und A6 vor Ort montiert werden soll. Seit Anfang 2008 rollen der A4 und der A6 bereits von den Bändern des Konzerns SAIP (Skoda Auto India Private Limited) in Aurangabad, Maharashtra. Die Ingolstädter planen zudem bis 2015 Kapazitätserweiterungen mit einem Investitionsvolumen von 42 Mio. US\$. Darüber hinaus baut Audi sein Vertriebsnetzwerk in Indien aus. Mann und Hummel Bosch Ltd. veröffentlichten im Juni 2009 Pläne, circa 23,4 Mio. US\$ in den Aufbau einer neuen Produktionsstätte in Himachal zu investieren. Das Joint Venture betreibt bereits eine Fertigung in Bangalore, der auch ein Forschungs- und Entwicklungscen-

ter angeschlossen ist. In dieses Zentrum sollen in den nächsten zwei Jahren weitere 2,1 Mio. US\$ fließen. Secto Automotive ist mit dem deutschen Unternehmen FTE Automotive Ende Mai ein Joint Venture eingegangen. FTE ist Hersteller von hydraulischen Bremsen und Kupplungen für Pkw und Nfz; Sec-

US\$ in den nächsten zwei Jahren be-
laufen. Tata Motors hat Ende Juni 2009
seine neu erworbenen britischen Marken
Jaguar und Land Rover auf dem
indischen Markt eingeführt. Medien-
berichten zufolge werden von Jagu-
ar die Modelle XF, XFR und XKR erhält-
lich sein und von Land Rover Discovery

Deutsche Technik genießt in Indien einen hervorragenden Ruf, und die Wirtschaftsbeziehungen werden auch von politischer Seite gefördert.

to fertigt Kupplungen für mittlere und schwere Nutzfahrzeuge. Es wird erwartet, dass das Unternehmen in den nächsten zwei Jahren in das Pkw-Segment einsteigen wird. Außerdem hat Secto den Markt für leichte Nfz und maritime Anwendungen ins Visier genommen. Die nötigen Kapazitätserweiterungen sollen sich auf etwa 41 Mio.

3, Range Rover Sport sowie Range Rover. Das Unternehmen baut derzeit ein zweites Werk für den Nano in Sanand, Bundesstaat Gujarat, das die Produktion Anfang 2010 aufnehmen soll (Kapazität: 350.000 Wagen, voraussichtliche Produktion 2010: 150.000). Die etwa 60 wichtigsten Zulieferer sollen sich bis Ende 2009 auf dem Gelände ansie-

deln. Bis Mai 2009 vermeldete Tata bereits 203.000 Bestellungen des Nano, beinahe die Hälfte davon für die Top-End Variante VX (Nano Standard: 20%; CX: 30%). Der Konzern stellt bisher alle drei verfügbaren Modelle in gleicher Anzahl her und wird die Produktion zugunsten des teuersten Typs neu gewichten. Zurzeit werden pro Tag 70 Autos in dem Werk in Pantnagar in Uttarakhand (Kapazität: 50.000 Wagen, kann Unternehmensangaben zufolge auf 90.000 erhöht werden) gefertigt. Volkswagen hat im Mai 2009 ein neues Werk in Pune, Maharashtra, mit einer Kapazität von 110.000 Fahrzeugen eröffnet. In dem Werk wird der Skoda Fabia sowie ab 2010 eine für den indischen Markt angepasste Variante des Polo montiert. Außerdem plant VW den Beetle als Importwagen auf den Markt zu bringen.

Robert Bosch Engineering & Business Solutions kündigte im Mai 2009 an, seine Aktivitäten in Indien auszuweiten; veranschlagt wurden für die Erweiterung 24 Mio. US\$. Das Unternehmen unterhält Werke in Bangalore und Coimbatore, wo unter anderem Fahrerassistenzsysteme, Sicherheitssysteme und Kraftfahrzeugelektrik hergestellt werden.

Die Daimler AG hat im April 2009 alle Anteile an dem Joint Venture mit der Hero Group zur Produktion von Lkw in Chennai für den indischen Markt übernommen. Die Stuttgarter werden das Projekt künftig alleine vorantreiben, haben angesichts der aktuellen Wirtschaftslage aber das Tempo reduziert, da sie derzeit keine neuen Modelle auf den indischen Markt bringen möchten. Im Februar dieses Jahres hatte Daimler ein neues Produktionswerk in Pune für die Fertigung der Mercedes-Benz C-, E- und S-Klasse eröffnet.

BMW India baut sein Verkaufsnetz in Tier-II Städten wie Jaipur und Lucknow aus. Geplant sind zehn neue Verkaufsstellen und Showrooms in Gurgaon und West-Delhi. Damit würde BMW die Anzahl seiner Händler auf 24 verdoppeln. ☉



© VERBAND DER AUTOMOBILINDUSTRIE E.V.

Indien in Frankfurt

Indien will Nummer eins in der Automobilproduktion in Asien werden. Längst haben deutsche Automobilhersteller das Potential des indischen Marktes erkannt. Doch auch die indischen Hersteller konnten auf der diesjährigen internationalen Automobilausstellung in Frankfurt neue Modelle präsentieren.

Die deutsche Autoindustrie betrachtet die Erfolgsaussichten auf dem indischen Markt sehr positiv. „Während in Deutschland auf 1.000 Einwohner 500 Autos kommen, sind es in Indien erst elf. Diese wirtschaftliche Chance müssen wir nutzen“, sagte Matthias Wissmann, Präsident des Verbandes der Automobilindustrie (VDA), anlässlich des Indien-Tags auf der IAA. Politik und Gesellschaft stünden vor großen Herausforderungen beim Umweltschutz, der

sich die deutsche Autoindustrie stelle. Wissmann forderte für eine verstärkte wirtschaftliche Zusammenarbeit mit Indien eine Freihandelszone mit der EU.

AMBITIONIERT ZIELE

„Bis zum Jahr 2016 wollen wir die führende Automobilnation in Asien werden“, sagte Dr. Parwan Goenka, Präsident des Verbandes der Automobilhersteller in Indien. Die Mittelschicht, der heute rund 50 Mio. Menschen zu-

geordnet werden, werde im nächsten Jahrzehnt deutlich steigen, führte Goenka aus. Das Umsatzvolumen im indischen Automobilmarkt einschließlich Nutzfahrzeuge werde sich in den kommenden sieben Jahren von 36 auf 115 Mrd. Dollar erhöhen. Das entspreche bis 2016 einem Anteil von zehn Prozent am Bruttoinlandsprodukt. Die Zahl der direkt und indirekt von der Automobilindustrie abhängigen Beschäftigten werde sich auf 25 Mio.

Menschen verdoppeln, sagte Goenka, der auch Chef des viertgrößten indischen Automobilkonzerns Mahindra ist. Zum indischen Automobilverband gehören auch Importeure wie BMW, Daimler und Volkswagen.

Aus Sicht von Dr. Wilfried Aulbur, Geschäftsführer von Mercedes-Benz Indien, hat das Land in der derzeitigen weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise bereits „das Schlimmste überstanden“. Der Wohlstand und damit das

Käuferpotenzial für hochwertige Autos nähmen weiter zu. Der typische indische Autokäufer sei gut ausgebildet, markenbewusst, „aber nicht immer markentreu“. Auch wies Aulbur darauf hin, dass Indien kulturell nicht vergleichbar mit Deutschland, sondern so vielfältig wie ganz Europa sei: „Diese Fakten müssen allen Anbietern immer präsent sein.“

DEUTSCHE BETEILIGUNG

Bernhard Steinrücke, Hauptgeschäftsführer der Deutsch-Indischen Handelskammer, verwies auf den deutschen Anteil am indischen Erfolgsmodell Tata Nano. „Zwölf deutsche Zulieferer sind an dem Kleinwagen beteiligt, das Auto ist deutsche Technologie pur. Ohne deutsche Beteiligung würde es gar nicht fahren.“

Derzeit wächst der Automobilmarkt Indiens am zweitschnellsten auf der Welt nach China, wie Dr. Andreas Moritz, Partner der Unternehmensberatung Management Engineers, erläuterte. Der Kleinwagenmarkt verzeichne weltweit sogar die höchsten Steigerungsraten. Die jährliche Wachstumsrate bezifferte er mit 7 bis 8 Autos pro 1.000 Einwohner und Jahr. Kleinst- und Kleinwagen machen mit 61 Prozent derzeit deutlich mehr als die Hälfte des indischen Automarkts aus. Allerdings beträgt der Anteil an großen Vans und Geländefahrzeugen (SUV) bereits 13 Prozent.

INDISCHES ELEKTROFAHRZEUG

Auf der diesjährigen IAA wurde auch der Reva NXR (NeXt Reva) dem Weltmarkt vorgestellt. Das neue Elektrofahrzeug mit Lithiumionenantrieb aus dem indischen Hause der REVA Electric Car Company (REVA) soll Anfang 2010 in die Produktion übergehen. Das Vorführfahrzeug des Unternehmens für das Jahr 2011, der REVA NXG (NeXt Generation), wurde ebenfalls enthüllt. Bei dem von Dilip Chhabria designten REVA NXG handelt es sich um einen zweistufigen Zweisitzer der Klasse M1 mit Targadach, einer Reichweite von 200 Kilometern (125 Meilen) pro Tankladung und einer Höchstgeschwindigkeit von



© VERBAND DER AUTOMOBILINDUSTRIE E.V.

Auf der diesjährigen IAA wurde ein neues Elektrofahrzeug des indischen Automobilherstellers REVA präsentiert.

130 km/h (80 mph). Mit Schnellbetankung bietet er eine effektive Reichweite von 400 Kilometern (250 Meilen) pro Tag. Beide Fahrzeuge bieten schlüssellosen Zugang und Betrieb, duale Ladeanschlüsse, intelligente Digitalanzeigen sowie verschiedene Telematikfunktionen, darunter REVAs exklusive Fernbetankung REVive. REVive löst das Problem der „Reichweitenbedenken“, da sich Kunden bei knapper Ladung per Telefon oder SMS an REVAs Kundendienstzentrum wenden können. Die fortschrittliche Telematik bewertet den Ladezustand der Fahrzeugakkus per Fernzugriff und aktiviert bei Bedarf eine Energiereserve. Zugleich schützt sie die Lebensdauer der Akkus. Innerhalb nur weniger Minuten werden einige Extrakilometer Reichweite zur Verfügung gestellt, und Fahrer können nach Hause oder zur nächsten verfügbaren NXR-Ladestation weiterfahren.

TRENDWENDE

Nach einem wirtschaftlichen Einbruch zu Jahresbeginn wuchs das Bruttoinlandsprodukt Indiens mit seinen der-

zeit 1,17 Mrd. Einwohnern im zweiten Quartal 2009 bereits wieder um 6,1 Prozent. Zur schnellen Trendwende beigetragen hat laut Branchen-

Regierungsvertretern, Unternehmern und den automobilrelevanten Institutionen verabredete mit der deutschen Seite eine vertiefte Kooperation

Hochrangig besetzte indische Delegationen aus Regierungsvertretern, Unternehmern und den Institutionen verabredeten mit der deutschen Seite eine vertiefte Kooperation in Technologie- und Handelsfragen.

rater Dr. Moritz das Wachstumspaket der indischen Regierung, das unter anderem eine Steuerermäßigung beim Kauf von Kleinwagen sowie eine Senkung der Benzinpreise in zwei Stufen beinhaltet.

Um die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf den Automobilmärkten in Indien und Deutschland ging es auch bei der „Deutsch-Indischen Arbeitsgruppe Automobil“, die im Rahmen der IAA zum zweiten Mal tagte. Die hochrangig besetzte indische Delegation aus

in Technologie- und Handelsfragen. Staatssekretär Ambuj Sharma vom indischen Industrieministerium unterstrich das Interesse an einer engen Zusammenarbeit mit der deutschen Automobilindustrie. ☉

INFO

Internationale Automobilausstellung
www.iaa.de
www.localglobal.de/auto

Technische Textilien im Plus

Indien zählt weltweit zu den dynamischsten Märkten für technische Textilien. Bis 2013 soll der Verbrauch um durchschnittlich 11% pro Jahr wachsen. Besonders gefragt sind Verpackungsmaterialien, Bekleidung, Heimtextilien, Sportausrüstung sowie Produkte für die Fahrzeugindustrie. Hohe Zuwächse werden zudem bei industriellen Anwendungen sowie bei medizinischen Verbrauchsmaterialien erwartet.

ARTIKEL: BORIS ALEX GTAI

Indiens Bedarf an technischen Textilien wird Brancheninformationen zufolge auch in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Laut einer Studie der Unternehmensberatung ICRA Management Consulting Services (Imacs) soll der wertmäßige Verbrauch dieser Produkte in den nächsten drei Jahren um durchschnittlich 11% per annum auf 624 Mrd. indische Rupien (iR; rund 8,9 Mrd. Euro; 1 Euro = 70,33 iR) steigen. Im Finanzjahr 2007/08 (1.4. bis 31.3.) lag der Umsatz mit technischen Textilien noch bei 370 Mrd. iR.

HOHES WACHSTUMSPOTENZIAL

Die Produkte kommen in erster Linie bei Verpackungsmaterialien, in Kleidungsstücken, bei Heimtextilien und in der Fahrzeugfertigung zum Einsatz. Hohes Wachstumspotenzial versprechen laut Imacs zudem die Sparten Sportausrüstung, industrielle Anwendungen, Baustoffe sowie medizinische und hygienische Verbrauchsmaterialien. Je nach Einsatzgebiet soll der wertmäßige Konsum von technischen Textilien mit jährlichen Raten zwischen 8 und 15% zulegen, so die Prognose der Unternehmensberatung. Gerade bei technisch anspruchsvollen Einsatzgebieten im industriellen Bereich ist Indien weiterhin auf den Import von technischen Textilien angewiesen. Dies gilt auch für die Fertigung von Produkten für den Export, da an diese hohe Ansprüche bezüglich Qualität, Lebensdauer und Sicherheit gestellt werden. Bestes Beispiel dafür ist die Kfz-Industrie. Insgesamt wurden laut Imacs im Finanzjahr



Hohes Wachstumspotenzial existiert beispielsweise im Bereich der Schutz- und Funktionsbekleidung.

2007/08 Produkte im Wert von knapp 40 Mrd. iR im Ausland bezogen.

Mit insgesamt 140 Mrd. iR entfallen mehr als ein Drittel aller in Indien verbrauchter technischer Textilien auf die Sparte „Packtech“. Hier soll sich der Umsatz bis 2012/13 auf 260 Mrd. iR nahezu verdoppeln. Wachstumstreiber sind die Nahrungsmittel- und Verpackungsindustrie, der Einzelhandel so-

wie die Transportindustrie. So soll der Verbrauch von flexiblen Verpackungen aus Kunststoffgewebe von knapp 70 Mrd. auf 130 Mrd. iR zulegen. Der Anteil verpackter Lebensmittel liegt nach Schätzungen der All India Food Processors' Association (AIFPA) noch unter 20%, soll aber in den nächsten Jahren weiter steigen. Die Nachfrage nach Bigbags (Flexible Intermediate Bulk Con-

tainer; FIBC) dürfte sich laut Imacs auf 50 Mrd. iR verdreifachen. Hier sorgt in erster Linie die boomende Transport- und Logistikbranche für wachsenden Bedarf. Lediglich bei der Nachfrage nach Jutesäcken erwartet Imacs einen leichten Rückgang auf 39 Mrd. iR. Der Verbrauch von technischen Textilien im Bekleidungssektor soll bis 2012/13 um 47% auf knapp 100 Mrd. iR zule-

gen. Etwa 60% des Umsatzes entfallen auf Nähgarne, weitere wichtige Produkte sind Schnürsenkel, Futterstoffe und Markenlabel. Aufgrund der engen Bindung der Nachfrage an die Entwicklung der indischen Textilindustrie sind die Marktforscher hier mit ihrer Prognose vorsichtig, denn zuletzt hatte die Branche aufgrund sinkender Exporte stark an Dynamik verloren. Imacs rechnet trotzdem auch in dieser Sparte noch mit jährlichen Wachstumsraten von durchschnittlich 8%.

WICHTIGSTE PRODUKTGRUPPEN

Bei den Heimtextilien soll der Verbrauch von technischen Textilien bis 2013 um 66% auf 53 Mrd. iR zulegen. Wichtigste Produktgruppen sind Füllmaterial für Kissen und Bettdecken sowie Matratzenbezüge. Bodenbeläge und Vorhänge machen etwa 30% des Umsatzes aus. Die Nachfrage wird vor allem von den steigenden Haushaltseinkommen und den wachsenden Konsumausgaben vorangetrieben. Die Home-Decor-Branche zählt seit Längerem zu den wachstumsstärksten Segmenten im Einzelhandel. Auch die boomende indische Kfz-Industrie sorgt für eine kontinuierlich steigende Nachfrage nach technischen Textilien. In der Sparte „Mobiltech“ soll der Verbrauch bis 2013 um 63% auf rund 50 Mrd. iR steigen, so die Imacs-Prognose. Die wichtigste Produktgruppe hier ist Reifencord aus Nylon mit einem Anteil von mehr als 60%. Der Verbrauch soll in den kommenden Jahren von 20 Mrd. auf 25 Mrd. iR zulegen. Die Sparte ist insbesondere für ausländische Hersteller interessant, denn hier müssen rund 40% der Nachfrage über Importe gedeckt werden.

Bei Sicherheitsgurten und Airbags müssen die benötigten Textilien laut Imacs sogar komplett im Ausland bezogen werden, da es keine lokalen Anbieter gibt. Angesichts der steigenden Nachfrage nach Kfz in Indien und der zunehmenden Fertigung von Pkw und Nutzfahrzeuge für den Export dürfte



Verbrauch von technischen Textilien nach Einsatzgebiet (in Mrd. iR)				
Sparte	2007/08	2012/13	Veränd. (in %)	Importanteil 2007/08 (in %)
Verpackungen	140,1	259,1	84,9	0,6
Bekleidung	65,7	96,7	47,2	6,1
Heimtextilien	31,9	53	66,1	1,6
Fahrzeuge	31,6	51,5	63	27,2
Sportausrüstung	26,3	43,6	65,8	2,5
Industrielle Anwendungen	23,3	40,9	75,5	36,9
Bauindustrie	17,3	26,6	53,8	19,9
Medizinische Verbrauchsmaterialien	15,1	22,6	49,7	24,8
Sicherheitstechnik	12,6	20,2	60,3	58,1
Agraranwendungen	4,9	7,1	44,9	0,2
Geotextilien	1,7	3	76,5	61,8
Insgesamt	370,5	624,3	68,5	10,5

Angesichts der steigenden Nachfrage nach Kfz in Indien und der zunehmenden Fertigung von Pkw und Nutzfahrzeugen für den Export dürfte die Nachfrage nach technischen Textilien für die Automobilindustrie auch künftig stark wachsen.

die Nachfrage nach technischen Textilien für die Automobilindustrie auch künftig stark wachsen, so die Prognose der Unternehmensberatung.

Auch bei den Produkten für den industriellen Einsatz müssen die indischen Abnehmer häufig auf importierte Textilien zurückgreifen. Diese finden vor allem in Form von Förderbändern sowie

Seilen und Tauen im Bereich Förder-technik Abnehmer. Hier soll die Nachfrage in den nächsten vier bis fünf Jahren um durchschnittlich 12% per annum zulegen. Auch für technische Filtergewebe sieht Imacs angesichts immer strengerer Umweltauflagen für die verarbeitende Industrie einen wachsenden Bedarf. Bei den medizini-

KONTAKT

German Engineering Federation
(VDMA) Liaison Office
Ansprechpartner: Rajesh Nath
GC 34, Sector III
Salt Lake City
Kolkata - 700 106
Tel.: 0091 33/23 21 95 22
Fax: 0091 33/23 21 70 73
vdma@giascl01.vsnl.net.in

Ihr Ansprechpartner bei GTAI:
Frau Knipp
Tel.: +49 (0)221 2057-259
Fax: +49 (0)221 2057-212
wilma.knipp@gtai.de

schen und hygienischen Verbrauchsmaterialien ist Indien bei einer Reihe von Produkten ebenfalls auf Importe angewiesen. Unter anderem müssen Textilien für Baby- und Erwachsenenwindeln zu 100% im Ausland bezogen werden. Hier soll der wertmäßige Verbrauch bis 2013 von heute 1,6 Mrd. auf 2,6 Mrd. iR steigen. Die umsatzstärksten Produkte, chirurgische Verbände und Nähte, werden allerdings zu fast 100% lokal produziert. Hier dürfte sich der Umsatz von heute 12 Mrd. auf 15 Mrd. iR erhöhen.

INFORMATIONSMÖGLICHKEITEN

Für deutsche Unternehmen, die sich über Marktchancen im Bereich technische Textilien informieren möchten, organisiert der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) im März 2010 zwei Workshops in Indien. Das Symposium „German Textile Technology for Technical Textiles“ wird in Mumbai und New Delhi stattfinden und richtet sich sowohl an Hersteller von technischen Textilien als auch an Anbieter von Maschinen für diesen Bereich. Nähere Informationen zu den geplanten Veranstaltungen sind beim Fachverband Textilmaschinen des VDMA (www.vdma.org) erhältlich oder bei den indischen Verbindungsbüros in Kolkata und New Delhi. ☉



Wachstum im Osten

Bosch sieht seine zukünftigen Wachstumschancen in Asien. „Das gesamte Wachstum in den nächsten Jahren kommt aus Asien, vor allem aus China und Indien“, erklärte Bernd Bohr, Vorsitzender des Unternehmensbereichs Kraftfahrzeugtechnik der Robert Bosch GmbH auf der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt.

ARTIKEL: DR. THOMAS KIEFER

Trotz der globalen Wirtschaftskrise rechnet Bosch in China mit weiterhin hohem Wachstum. Die Pkw-Verkäufe in China erhöhten sich im Mai um 46,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Bosch rechnet daher in China in diesem Jahr mit steigenden Umsätzen. 2009 erwartet Bosch dort einen Umsatz von 2,6 Milliarden Euro (24 Milliarden Yuan), eine Steigerung von 15 Prozent. „China

wird in Asien unser wichtigster Wachstumsmotor“, erklärte Franz Fehrenbach, Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH. „Da wir hier jetzt unseren hundertsten Jahrestag der Eröffnung unserer ersten Chinaniederlassung feiern, sind wir mit dem Marktpotential gerade in Hinblick auf die notwendige Ressourcenschonung und Energieeinsparung sehr vertraut. Dies gibt uns in China weitere gute Zukunftschancen.“ Der Aufschwung

setzt sich dann auch bald wieder auf den heimischen Märkten fort, prognostiziert Fehrenbach.

LANGFRISTIGE ORIENTIERUNG

„Nach und nach werden wir die enttäuschenden Ergebnisse der jüngsten Vergangenheit überwinden. Im Großen und Ganzen könnte die Trendwende 2012 greifen.“ Krise bedeutet auch für Bosch die Chance zum Besseren. „Die Fähigkeit, gestärkt aus schwierigen Zeiten hervorzugehen, ist das Ergebnis einer langfristigen Orientierung des Unternehmens und seiner anhaltenden Konzentration auf die Entwicklung von Technologien, die von Vorteil fürs Leben sind“, so Fehrenbach. Mehr als ein Unternehmens-Slogan, stellt diese Losung die strategischen Innovationsprogramme für alle Bosch-Branchen mit Produkten dar, die das Leben sicherer, einfacher und nachhaltiger machen. Laut Fehrenbach, ist dieser wichtige Erfolgsfaktor „fest in den Ländern, in denen wir tätig sind, verankert. Ohne unsere lokalen Kunden, Mitarbeiter und Partner, würde Bosch in China nicht das sein, was es heute ist – ein gut etabliertes chinesisches Unternehmen.“

Fehrenbach erwartet in China auch einen stark wachsenden Markt für Kraftfahrzeug-Sicherheitstechnik. Im Land selbst wird bereits das Antiblockiersystem ABS und das elektronische Stabilitätssystem EPS produziert. Elektrofahrzeuge seien ein weiteres wichtiges Thema für den chinesischen Markt. In einem deutsch-chinesischen Gemeinschaftsunternehmen arbeiten 35 Ingenieure an der Ausrüstung für Elektroautos. Bei den Haushaltsgeräten bemühe sich Bosch darum, dem deutschen Umweltstandard auch in China gerecht zu werden. Bei den Waschmaschinen sei dies bereits erreicht.

INVESTITIONEN IN CHINA

Nach China fließt auch eine der größten Investitionssummen im Ausland. Verglichen mit dem Jahr 2003 mit 52 Millionen Euro Investitionen versechsfachte sich dieser Betrag bis 2008 auf

290 Millionen Euro. Trotz Ausgabenzurückhaltung in allen Weltregionen werden in diesem Jahr wieder 160 Millionen Euro in das Reich der Mitte fließen. Die Neuinvestitionen fließen vor allem in zukunftsorientierte Technologien im Bereich erneuerbare Energien.

Eine besondere Herausforderung besteht in China darin, die persönliche Mobilität sicherer zu machen. Nach der 2009 Bosch Active Safety Survey, ist das Thema Sicherheit von entscheidender Bedeutung für die chinesischen Autokäufer. Bosch stellt sowohl die Antiblockiersysteme ABS und ESP® (Elektronisches Stabilitäts-Programm) vor Ort her. Mit einer Million Systemen wurde in Suzhou im dritten Quartal des Jahres 2009 ein neues Rekordergebnis erreicht. In China wird die ESP®-Installation verbindlich festgelegt, was den Absatz bis 2014 verdreifachen dürfte.

MOBILITÄT

Die Entwicklung des Elektro-Autos der Zukunft ist ein weiterer Schwerpunkt. Daher hat Bosch seine Aktivitäten für alternative Antriebssysteme intensiviert. Bosch unterstützt so die Regierungsziele, bis 2011 etwa 500.000 „New Energy Vehicles“ auf Chinas Straßen zu

bekommen. Bis Ende 2009 werden etwa 35 Ingenieure an Projekten zur Elektrifizierung des Antriebsstrangs in der Abteilung für Hybrid- und elektrische Antriebe bei UAES (United Automotive Electronic Systems) arbeiten. Dies ist ein Joint Venture mit SAIC (Shanghai Automotive Industry Corporation). Bald schon sollen dort 100 Ingenieure Elektroantriebe entwickeln.

Während des Übergangs zum elektrischen Auto konzentriert Bosch seine Entwicklungsanstrengungen auch auf

zusehen. Durch eine weitere Verbesserung dieser Motoren kann der Treibstoffverbrauch um 30 Prozent reduziert werden. Dies kann mit Bosch-Technologien, wie verbesserte Einspritzung Start-Stopp-Systeme sowie mit hocheffizienten Generatoren erfolgen.

ENERGIE UND NACHHALTIGKEIT

Energieeffiziente Heiz-Systeme von Bosch sind bereits in einer Reihe von Gebäuden in China installiert. Einer thermischen Solaranlage mit 85 Kol-

Trotz Ausgabenzurückhaltung in allen Weltregionen werden in diesem Jahr wieder 160 Millionen Euro in das Reich der Mitte fließen.

die weitere Verbesserung der konventionellen Antriebstechniken. „Wir glauben, dass der Verbrennungsmotor eine Technologie der Wahl für die nächsten zwanzig Jahre bleiben wird“, sagte Fehrenbach. Dies ist nicht nur aufgrund der Erschwinglichkeit und Verfügbarkeit von konventionellen Motoren ab-

lektoren befindet sich an der Deutsch-Französischen Schule in Shanghai und die Installation von 180 Kollektoren für ein Gebäude des Ministeriums für Bildung in Peking ist in Planung. „Diese Aktivitäten zielen darauf, Ressourcen zu schonen und die Emissionen zu reduzieren. Aber das ist nur die eine Seite der Medaille“, sagte Fehrenbach. „Wir arbeiten auch daran, das enorme Potenzial der erneuerbaren Energien zu erschließen.“ Eine neue Bosch-Rexroth-Anlage für Windkraft-Technologie wurde in Peking Ende 2008 eröffnet wurde. Seitdem hat das Unternehmen seine Kunden in China mit 500 Generatorgetrieben für Windkraftanlagen beliefert.

Bosch erweitert in China auch seine Geschäfte im Bereich der Solarenergie. „Dieser neue globale Unternehmensbereich zielt darauf ab, technologische Antworten auf die komplexen Herausforderungen der vollen Nutzung des Potenzials der Sonne finden. Wir sehen zu unseren Gunsten in China eine langfristige Ausrichtung mit einem klaren Fokus auf qualitativ hochwertige, nachhaltige und langlebige Produkte mit zuverlässiger Leistung“, erklärte Fehrenbach. ☉



INFO

1909 gründete Bosch eine erste Handelsniederlassung in China. Im Jahre 1926 eröffnete Bosch die erste Auto Service-Werkstatt in Shanghai. Heute sind alle Bosch-Sparten in China präsent: Kraftfahrzeugtechnik, Industrietechnik sowie Gebrauchsgüter und Gebäudetechnik. Bosch China betreibt 44 Unternehmen in China und hat eine Holdinggesellschaft mit Sitz in Shanghai. Der Konzernumsatz in China lag bei 2,2 Mrd. Euro im Jahr 2008. Etwa 22.800 Mitarbeiter arbeiten für Bosch China.



Aufbäumen gegen die Krise

Die chinesische Volkswirtschaft ist weiterhin am Wachsen - trotz der globalen Finanzkrise und einer geschwächten Exportwirtschaft. Im Interview mit *sourcing_asia* äußert sich Prof. Dr. Markus Taube zur aktuellen Wirtschaftslage und den Bestrebungen des Landes, seine wirtschaftliche Position im globalen Wettbewerb noch stärker auszuweiten.

INTERVIEW: ESAD FAZLIC LOCAL GLOBAL GMBH

In letzter Zeit wird oft darüber berichtet, dass China die Krise größtenteils überstanden hat. Was ist Ihre Meinung dazu?

Davon ist auszugehen. Nach dem drastischen Einbruch im ersten Quartal 2009 hat sich die Volkswirtschaft wieder gefangen und weist seitdem eine stetig steigende Intensität der wirtschaftlichen Aktivität auf. Wichtig sind dabei zwei Dinge: Zum einen ist China erst von der dritten Welle der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise erfasst worden. Chinesische Finanzinstitutionen (und individuelle Anleger) haben weder bei dem Subprime-Debakel noch dem Lehmann-Zusammenbruch ernstzunehmende Verluste hinnehmen müssen. Dementsprechend ist es auch nicht zu einer frühen Depressi-



Wenn die regierungsseitigen geschaffenen Konsumimpulse längerfristig Bestand haben, könnte es gelingen, ein wichtiges Nachfragesegment für die Volkswirtschaft zu erschließen und somit ein stärker binnenmarktorientiertes Wachstumsmodell anzustoßen.

Das chinesische Finanzministerium hat den Verkauf von Staatsanleihen in einer Höhe von 880 Millionen Dollar angekündigt. Wie deuten Sie den Versuch Chinas seine eigene Währung zu internationalisieren?

Mit diesem Schritt bereitet die chinesische Regierung zweifelsohne eine stärkere Internationalisierung des Renminbi vor. Durch diese Maßnahme wird eine Zinskurve für den Renminbi aufgestellt und so eine unabdingbare Voraussetzung für auf RMB lautende Finanzprodukte auf den globalen Kapitalmärkten geschaffen.

China versucht so seine gegenwärtige Bedeutung als großer Nachfrager von Rohstoffen und Zwischenprodukten ebenso wie seine großen Anteile am globalen Austausch von Fertigprodukten nun auch auf der Währungsseite abzubilden. Dieser Wunsch ist legitim und kann für China und einzelne Partnerländer, die bereits Währungsswaps mit China vereinbart haben, zu deutlichen Transaktionskostensenkungen beitragen. Fraglich bleibt allerdings, ob Chinas Währungs- und Finanzsystem bereits die Reife und Stabilität besitzt, um eine derartige Internationalisierung auch unterstützen zu können.

Welche Reaktionen der chinsischen Seite erwarten Sie auf aktuelle Ereignisse wie die Erhebung von Schutzzöllen durch die USA?

Die chinesische Regierung wird in sehr ausgewogener Weise eigene Protektionsmaßnahmen ergreifen. Es ist von einer tit-for-tat-Strategie auszugehen, die darauf abzielt, den „Schmerz“ (d.h. die von Protektion betroffenen Handelsvolumina) für die USA (bzw. die EU) auf dem gleichen Niveau zu halten, wie dieser auch von China verspürt

wird. An einem eskalierenden Handelskrieg ist China nicht interessiert. Nicht zuletzt, da ein solcher Chinas Vorstöße in anderen Gebieten (z.B. der globalen Währungsordnung) unterminieren würde.

Wird die chinesische Volkswirtschaft auch weiterhin von ihren Exporten abhängig bleiben oder wird diese Abhängigkeit allmählich durch die immer stärker werdende Binnenwirtschaft substituiert?

China wird auf absehbare Zeit hinaus eine sowohl im globalen Maßstab als auch für China selbst sehr große Exportindustrie aufweisen. Es ist aber davon auszugehen, dass die Exportindustrie für China selbst im Lauf der nächsten Jahre sukzessive an relativer Bedeutung verlieren und durch die inländische Konsumnachfrage zurückgedrängt werden wird. Die Geschwindigkeit dieses Prozesses hängt zum einen davon ab, inwiefern es gelingt, den Konsumimpuls in Chinas ländlichen

„China wird auf absehbare Zeit hinaus eine sowohl im globalen Maßstab als auch für China selbst sehr große Exportindustrie aufweisen.“

Regionen zu verstetigen und zum anderen, inwiefern neue Billiglohnländer (Vietnam, Bangladesh, diverse afrikanische Staaten, etc.) China Exportaufträge werden abnehmen können.

Wird China noch stärker auf die europäischen Märkte drängen? Und falls ja, mit welchen Produkten?

Im Zuge einer weiteren Aufwertung von technologischem und Management-Know-how werden Chinas führende Unternehmen in den nächsten Jahren massiv nach Europa drängen. Billigprodukte werden dabei kaum eine Rolle spielen. Stattdessen werden Chinas neuen multinationals versuchen sich mit komplexen, hochwertigen Produkten und eigenen Marken auf den europäischen Märkten zu positionieren. Gleichzeitig steht zu erwar-

KONTAKT



Prof. Dr. Markus Taube ist Professor für Ostasien-Wirtschaft mit Schwerpunkt China an der

Universität Duisburg und Partner der Beratungsfirma THINKIDESK, die Unternehmen auf dem chinesischen Markt unterstützt.
taube@thinkdesk.de

ten, dass sie mit technologie-orientierten Akquisitionen versuchen werden, in Europa unternehmensgebundene Innovationskraft und Entwicklungskompetenz zu erwerben.

Wie können deutsche Unternehmen auf diesen Konkurrenzdruck reagieren und wie sieht die Zukunft für deutsche Unternehmen in China aus?

Deutsche Unternehmen haben – trotz zahlreicher negativer Erfahrungen –

grosso modo in beachtlichem Maße von Chinas wirtschaftlichem Aufstieg profitiert. Das kann auch in der Zukunft so sein. Dessen ungeachtet wird sowohl die chinesische Maschinenbauindustrie als auch die Konsumgüterindustrie immer stärker und ist zudem oftmals besser in der Lage, die Bedürfnisse chinesischer Kunden zu erfassen und zu bedienen. Der so genannte „brand-roll-back“, bei dem inländische chinesische Markenführer den chinesischen Markt von den einst dominierenden ausländischen Anbietern zurückerobern, ist längst in vollem Gange. Chinesische Unternehmen werden so immer mehr zu potenziellen Partnern auf Augenhöhe und verlieren ihr Stigma als wenig qualifizierte und auf Know-how-Raub ausgerichtete Marktteilnehmer. ☉

Auf der Überholspur

Offensichtlich haben die eingeleiteten Konjunkturmaßnahmen der chinesischen Regierung Erfolg. Der Kfz-Absatz entwickelte sich getragen von verschiedenen Unterstützungsmaßnahmen sehr positiv. Die VR China wird mit großer Sicherheit 2009 der weltgrößte Markt für Kraftfahrzeuge werden. Die Regierung setzt daneben auf den Ausbau alternativer Antriebstechnologien.

ARTIKEL: BERND SCHAAF GTAI



Bis 2011 soll die Produktion von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben auf 500.000 Einheiten pro Jahr steigen.

Nach einer kurzen Periode der Panik, als im 4. Quartal 2008 auch in der VR China der Kfz-Verkauf zweistellig eingebrochen und die Branche in Angst und Schrecken versetzt worden war, hört man zur Jahresmitte 2009 nur noch positive Einschätzungen. In der Tat legten die Verkäufe seit Februar auf Monatsbasis wieder zweistellig zu und erreichten im Mai einen Zuwachs im Vergleich zum Vorjahresmonat um 34,0% auf knapp 1,12 Mio. Einheiten. Dies war die höchste Steigerungsrate seit Februar 2006. Getrieben wird der Markt durch private Pkw-Käufe, aber auch der Nfz-Absatz nahm zuletzt wieder leicht zu. Nach Angaben des Branchenverbandes China Association of Automoti-

ve Manufacturers (CAAM) erhöhten sich die Pkw-Verkäufe im Mai um kräftige 46,8% auf 829.000 Stück. Den Vogel schoss die Sparte Crossover ab: hier stieg der Absatz im Vergleich zu Mai 2008 um 84,0% auf knapp 173.000.

Für die Regierung ist die Technologieführerschaft in den Bereichen Brennstoffzellen- und Hybrid-Fahrzeugen das Ziel.

Ganz offensichtlich haben die eingeleiteten Konjunkturmaßnahmen der chinesischen Regierung Erfolg. Die Halbierung der Verkaufssteuer bei Kleinwagen bis zu einem Hubraum von 1,6

l sowie Subventionen im Umfang von 5 Mrd. RMB (knapp 550 Mio. Euro) kamen in erster Linie einheimischen Produzenten zu Gute und förderten die Verkäufe schwerpunktmäßig in Second-Tier- oder Third-Tier-Städten des

Hinterlandes. Im Zuge dieser Entwicklung gingen auch die Prognosen über die Kfz-Verkäufe im Gesamtjahr wieder nach oben. Sämtliche Analysten sind positiv gestimmt. So erwartet die

CAAM einen Zuwachs von 8,7% auf 10,2 Mio. Einheiten (2008: 9,38 Mio.), und die China Passenger Car Association (CPCA) rechnet gar mit einem Plus von 17,3% auf 11,0 Mio. verkaufte Fahrzeuge. Ungeachtet dessen, was letztendlich abgesetzt wird, ist China jedenfalls 2009 der weltgrößte Markt für Kraftfahrzeuge geworden, da die Rückgänge auf dem US-Markt zu groß sind, um den Trend wenden zu können.

Da der Monat Mai trotz der geringen Zahl von nur 19 Arbeitstagen ein Rekordwachstum brachte, wurde die Branche in eine Euphorie versetzt, die auch durch massive Spritpreiserhöhungen keinen Dämpfer erhielt. Zum 30.6.09 wurden zum dritten Mal in diesem Jahr die Preise erhöht, zuletzt um rund 11%. So kostet beispielsweise ein Liter Benzin mit einer Oktanzahl von 90 aktuell in Beijing 5,7 RMB, das sind etwa 62,5 Eurocent. Das verärgert zwar den chinesischen Autofahrer, aber offensichtlich ist das nicht genug, um ihn vom Kauf eines Neuwagens abzuhalten. Allerdings wollen nach einer Umfrage 90% der Fahrzeughalter künftig weniger Auto fahren und auch beim Einsatz von Klimaanlage sparen.

HEIMISCHE HERSTELLER

Insgesamt haben chinesische Marken im bisherigen Verlauf von 2009 erheblich an Boden gut gemacht. Die Verlagerung der Dynamik in das aufstrebende Hinterland führte dazu, dass einheimische Hersteller ihre Verkäufe erheblich ausweiten konnten. Dies liegt zu einem großen Teil an den günstigen Angeboten, die diese Produzenten im Portfolio haben.

So kostete im Mai nach Angaben von Internetseiten das Einsteiger-Modell F0 von BYD nur 37.000 RMB, und der QQ6 von Cherry war schon für 39.800 RMB zu haben. Dagegen kam der Accent von Honda auf 71.800 RMB, und für das Einsteiger-Modell von VW, den Polo, mussten schon 85.000 RMB hingeblickt werden. Ähnlich sieht es bei Ford aus, wo der Fiesta 89.900 RMB kostete. Die robusten Ergebnisse führten dazu,

dass weitere Expansionsprojekte bekannt wurden. Zu den größten Vorhaben zählt eine neue Produktionsanlage in Chengdu, Hauptstadt der Provinz Sichuan. Dem Vernehmen nach wollen die First Automotive Works (Changchun) zusammen mit Volkswagen 5 Mrd. RMB in das neue Werk investieren. Künftig sollen dort 150.000 Jetta

Bau dürfte im August 2009 begonnen werden, da die Zustimmung der Genehmigungsbehörde gesichert scheint.

GRÜNER TREND

Es zeichnet sich ab, dass ein weiterer Trend in der chinesischen Automobilindustrie Fuß fasst: Produktion und Entwicklung „grüner“ Fahrzeuge. Für die

Umfang zwischen 4.000 RMB (Pkw und Leicht-Nfz mit Hybridantrieb, einer Benzineinsparquote von 5 bis 10% mit Belt Driven Starter Generator) und 600.000 RMB (Busse mit Brennstoffzellenantrieb mit einem Anteil an der gesamten elektrischen Leistung von 30 bis 100% und einer Länge von mehr als 10 m). Die Zuschüsse gelten für öffentliche und private Unternehmen aus dem öffentlichen Nahverkehr (Taxibetriebe, Öffentlicher Dienst, Gesundheitssektor sowie Post). Bis 2011 ist vorgesehen, die Produktion von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben auf 500.000 Einheiten pro Jahr nach oben zu treiben. Dann sollen 5% der verkauften Automobile über einen Erneuerbare Energien-Antrieb verfügen. Zu den ehrgeizigsten Playern im Bereich grüner Kfz-Technik gehört die Shanghai Automotive In-

dustrial Corporation (SAIC), die unter anderem mit VW ein Joint Venture unterhält. Das Unternehmen will in den kommenden drei bis fünf Jahren 12 Mrd. RMB in die Entwicklung von grüner Fahrzeugtechnik investieren. Ferner wird die Expo Shanghai 2010 mit 1.000 SAIC-Brennstoffzellen- oder Hybrid-Fahrzeugen ausgerüstet werden. Schon 2010 soll ein Hybrid-Fahrzeug, der Roewe 750, auf den Markt gebracht werden, dessen Energieeffizienz im Vergleich zum aktuellen Modell 20% höher sein wird. Und der Roewe 550, der ab 2012 verkauft wird, soll sogar eine Einsparung von 50% erreichen. Einer der großen chinesischen privaten Kfz-Hersteller, das Shenzhen Unternehmen BYD, gehört zu den weiteren Firmen, die sich ehrgeizig in den zukunftssträchtigen EE-Markt stürzen. ☉



Absatz von Kfz in China in Einheiten; Veränderung jeweils im Vergleich zur Vorperiode in %

Kategorie	01- 05/2009	Veränderung	Mai 2009	Veränderung
Insgesamt	4.956.800	14,3	1.197.000	34,0
Pkw	3.660.900	21,2	829.100	46,8
Limousinen	2.603.500	16,5	591.300	42,4
MPV	83.700	-10,2	17.500	-1,1
SUV	198.400	10,7	47.700	25,8
Crossover	775.300	50,8	172.600	84,0
Nfz	1.295.900	-1,6	290.600	7,3

pro Jahr vom Band laufen. Auch diese Anlage hat offensichtlich das Hinterland im Visier. Ebenfalls im Südwesten Chinas, in der regierungsunmittelbaren Stadt Chongqing, wollen der chinesische Hersteller Chang'an und der Japaner Suzuki gemeinsam ein Werk errichten, um den Alto zu produzieren. Insgesamt will Chang'an 2,5 Mrd. RMB für Erweiterungen investieren. Ferner will sich Fiat nach dem geplatzten Joint Venture in Nanjing wieder in China engagieren. Laut CAAM sollen gemeinsam mit der Guangzhou Automobile Group 4,3 Mrd. RMB investiert werden. Die Anlage in Changsha (Provinz Hunan) wird 140.000 Pkw der Marke Linea pro Jahr ausstoßen sowie 220.000 Motoren. Der

Regierung ist die Technologieführerschaft in den Bereichen Brennstoffzellen- und Hybrid-Fahrzeugen das Ziel. In einem ersten Schritt hat Peking 10 Mrd. RMB bewilligt, um Forschung und Entwicklung zu intensivieren und den Absatz von EE-Fahrzeugen zu fördern. Das Finanzministerium hat Ende Februar 2009 detaillierte Pläne vorgestellt, um Hybrid- und andere alternative Antriebe zu verbreiten. Das Pilotprojekt ist in 13 Städten angelaufen, in dessen Rahmen Regierungsstellen und der öffentliche Personennahverkehr ermuntert werden, grüne Fahrzeugtechnik einzusetzen.

Die Unterstützungsmaßnahmen haben je nach geförderter Fahrzeugart einen

Absatz von Pkw nach Herstellern jeweils Januar bis Mai; in Einheiten; Marktanteile und Veränderungsdaten in %

Hersteller	Absatz 2008	Absatz 2009	Veränderung	Marktanteil 09
FAW-VW	240.081	246.784	2,8	9,48
Shanghai-VW	221.893	243.384	9,7	9,35
Shanghai-GM	188.051	209.562	11,4	8,05
Beijing-Hyundai	108.733	192.288	76,8	7,39
Dongfeng-Nissan	117.782	158.228	34,3	6,08
Chery Automobile	143.236	149.054	4,1	5,73
BYD	48.899	142.549	191,5	5,48
Geely Automobile	56.392	121.983	116,3	4,69
Guangzhou-Honda	109.183	118.114	8,2	4,54
FAW-Toyota	157.445	110.603	-29,8	4,25
Insgesamt	1.391.695	1.692.549	21,6	65,04



Taiwan – The Battery State

Die kleine Inselrepublik Taiwan stellte jahrelang auf der Computermesse CeBIT, aber auch bei Automessen wie der Automechanika, die größte ausländische Länderbeteiligung. Nun wächst Taiwans Elektronik- und Batteriekompetenz mit seinen Stärken in der Automobilzulieferindustrie zusammen.



ARTIKEL: DR. THOMAS KIEFER

Im Elektronikbereich ist Taiwan in vielen wichtigen Segmenten führend. Nach Angaben des Industrial Technology Research Institute (ITRI) stammten im Jahr 2008 etwa 92 Prozent aller weltweit angebotenen Notebooks aus taiwanesischen Quellen. Ebenso hoch war der Anteil für W-LAN-Netzwerkgeräte. Bei Flüssigkristallmonitoren kam der Anteil weltweit auf 70 Prozent, bei organischen Leuchtdioden auf mehr als 34 Prozent.

Auf der vergangenen Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt stand das Thema Alternative Antriebe und Elektroantriebe im Mittelpunkt. Doch in Frankfurt waren noch kaum einsatzfähige und bezahlbare Systeme zu sehen. Während die Autobranche in China und Indien Absatzrekorde feiert, waren viele asiatische Aussteller zuhause geblieben. Taiwan, die Entwicklungsschmiede für Batterien, fehlte in Frankfurt völlig. Doch unter der Adresse einer Hongkong-Firma stellte Salamander Advance Green Power aus Taipei seine elektrischen Antriebssysteme vor. Lösungen für Batteriesysteme die den Ansprüchen des enormen Zukunftsmarktes genügen sind noch sehr enttäuschend. Hunderte Laptopbatterien sind dabei meist hintereinander geschaltet. Die Entwicklung eines im Massenverkehr einsatzfähigen Elektroantriebs steckt noch in den Kinderschuhen.

VORREITER ASIEN

Längst sind die Produktion und auch die Entwicklung dieser Zukunftstechnik nach Asien gewandert. Varta ist der einzig verbliebene deutsche Hersteller von Batterien. Die Entwicklung von Batteriesystemen für elektrisch angetriebene Fahrzeuge wollen jetzt VW und der Batterie-Spezialist Varta Microbattery zukünftig gemeinsam betreiben. Volkswagen möchte damit die Forschung und Entwicklung einer technologisch wettbewerbsüberlegenen und preislich konkurrenzfähigen Lithium-Ionen-Batterie zelle vorantreiben. ►

Wirtschaftsüberblick Taiwans

	2005	2006	2007	2008
BIP-Veränderung gegenüber Vorjahr (%)	+4,2	+4,8	+5,7	+0,1
BIP (Mrd. US\$)	365,0	375,9	394,9	401,8
BIP pro Kopf (US\$)	16.113	16.532	17.299	17.542
Arbeitslosigkeit (%)	4,1	3,9	3,9	4,1
Inflation (%)	2,3	0,6	1,8	3,5
Importe (Mrd. US\$)	182,6	202,7	219,3	240,5
Exporte (Mrd. US\$)	198,4	224,0	246,7	255,6
Devisen Reserve (Mrd. US\$)	253,3	266,2	270,3	291,7



Aus Taiwan kommt unter anderem die erste Chlorophyll-Batterie. Diese Batterie muss nur mit Wasser oder anderen Flüssigkeiten benässt werden.

▼ Das gemeinsame Projekt ist erst einmal auf vier Jahre ausgelegt. Varta produziert in China. VW kooperiert bei Elektroantrieben bereits mit den japanischen Elektronikkonzernen Toshiba und Sanyo. So dürfte auch in diesem Projekt asiatische Technologie und Fertigungstechnik zu finden sein. Und in diesem asiatischen Produktionsnetzwerk spielen taiwanesischen Technologiefirmen eine zentrale Rolle.

TAIWANESISCHE FACHKOMPETENZ

Taiwanesischen Unternehmen setzen verstärkt auf Forschung und Neuentwicklung. „Batterien sind im alltäglichen Leben nicht wegzudenken. Taiwan baut Batterien – leistungsfähig, innovativ, ökologisch,“ erklärt Yi-Cheh Chiu, Direktor der Wirtschaftsabteilung der Taipeh-Vertretung in Berlin. Die Taipeh Vertretung unterstützt Unternehmen bei der Suche nach Geschäftspartnern aus Taiwan und liefert Wirtschaftsinformationen. Aus Taiwan kommt unter anderem die erste Chlorophyll-Batterie. Diese Batterie muss nur mit Wasser oder anderen Flüssig-

keiten benässt werden. Daraufhin erzeugt die Batterie Strom für zwei Tage. Ihre Leistung liegt noch bei etwa der Hälfte einer konventionellen Batterie, ist aber doppelt so hoch wie bei einer in Japan entwickelten mit Wasser betriebenen Kraftstoffzelle.

Doch nicht nur bei elektrischen Antrieben, sondern auch bei der Fahrtechnik und bei anderen Fahrzeugkomponenten für ein Elektroauto bietet Taiwan einiges. Taiwanesischen Unternehmen gehören zur Weltspitze bei der Herstellung von Fahrzeugteilen für den Aftermarkt. Sehr gut aufgestellt sind die taiwanesischen Automobilzulieferer auch bei elektronischen Bauteilen. Diese Fachkompetenz wächst nun mit einer der weltweit führenden Batterieindustrien zusammen.

GRÜNE TECHNIK

Diese Entwicklung wird durch die taiwanesischen Regierung umfassend gefördert. Auch Taiwan setzt auf ökologische Technik, um die Folgen der Wirtschaftskrise in den Griff zu bekommen. Besonders gefördert werden Wasser-



„Batterien sind im alltäglichen Leben nicht wegzudenken. Taiwan baut Batterien – leistungsfähig, innovativ und ökologisch.“

Yi-Cheh Chiu Direktor der Wirtschaftsabteilung der Taipeh-Vertretung in Berlin

stofftechnologie, Brennstoffzellen, Elektroautos und Energieinformationstechnologien. Die Erschließung neuer Marktsegmente stellt eine weitere Strategie der einheimischen Automobilindustrie dar. Potenzial sieht die Taiwan Transportation Vehicle Manufacturers Association (TTVMA) hier bei alternativen Antriebsarten mittels Flüssiggas (LPG) und Druckerdgas (CNG), bei der Hybridtechnologie sowie vor allem beim Elektroantrieb. Nachdem angesichts der Stärken Taiwans in den Hochtechnologiebranchen bereits das Autoelektroniksegment in den Fokus gerückt war, stellt der Einstieg in die Entwicklung von Elektrofahrzeugen eine konsequente Fortsetzung der eingeschlagenen Vorgehensweise dar. Schon längere Zeit ist das Industrial Technology Research Institute (ITRI), das Flaggschiff der taiwanesischen Forschungs- und Entwicklungsinstitute, im Bereich Elektroautos sowie entsprechender Komponenten aktiv. Das Hauptziel der Projekte stellen Erzeugnisse dar, die als Plattform zur Weiterentwicklung für die taiwanesischen Fahrzeughersteller dienen können.

Bei der Entwicklung eines kommerziellen elektrobetriebenen Pkw nimmt Yulon eine Vorreiterrolle ein. Der taiwanesischen Hersteller profitiert dabei vom Hua-Chuang Automobile Information Technical Center Co. (Haitec), welches ursprünglich auf Betreiben der Regie-

rung zur Förderung der Fahrzeugelektronikbranche 2005 gegründet wurde. Das Elektroauto, auf das Yulon angesichts eines noch im Entstehen befindlichen Weltmarktes große Hoffnungen setzt, wird in Zusammenarbeit mit Haitec und dem US-amerikanischen Elektroantriebshersteller AC Propulsion konstruiert und soll unter der Marke Luxgen vertrieben werden. Die Produktion des Prototyps soll Ende 2009 versuchsweise anlaufen; die maßgeblichen Teile dafür werden laut Yulon in Taiwan hergestellt. Die Markteinführung ist für 2010 vorgesehen.

Westliche Produzenten müssen sich anstrengen, um bei diesen Entwicklungen nicht den Anschluss zu verlieren. Gefragt ist dabei leistungsfähige, ökologische und sichere Technik, die auch bezahlbar ist. Taiwan ist dabei nicht nur ein interessanter Beschaffungsmarkt. Auch Kooperationen mit taiwanesischen Technologieunternehmen können besonders auch bei der Entwicklung von einsatzfähigen Elektroantrieben von Interesse sein. ☉

KONTAKT

Taipeh Vertretung in der Bundesrepublik Deutschland Handelsabteilung
Herr Yi-Cheh Chiu
berlin@moea.gov.tw
www.roc-taiwan.de



Neuer Boom in Thailand?

Thailand erwartet, dass es 2010 mit neuem Wachstum aus der Krise kommt. Die ökonomische Entwicklung mit durchschnittlich über 5% Wachstum in den vergangenen zehn Jahren ist für die Boomregion Asien bemerkenswert. Im vergangenen Krisenjahr ist das BIP um 2,6% gewachsen, nach einem Minus in diesem Jahr erwartet das Land bereits für 2010 eine deutliche Erholung und einen Zuwachs von 4-5%. Die Arbeitslosenquote liegt im Jahr der größten Weltwirtschaftskrise bei ca. 3%.

Nach der Asienkrise Ende der 90 Jahre wurden Kontrollmechanismen eingeführt, die z. B. eine Bankenkrise wie in den USA oder weitestgehend in Thailand verhindern. Alleine im vergangenen Jahr investierten rund 50 Unternehmen in Bangkok, den florierenden Großstädten und den vielen modernen Industriezonen im Land. Damit sind mehr als 600 deutsche Unternehmen in Thailand mit Niederlassungen oder als Hersteller im Land des Lächelns vertreten. Nach Angaben des BOI setzt die thailändische Regierung setzt bereits seit einigen Jahren auch auf wichtige Zukunftstechnologien und fördert diese mit verschiedenen Maßnahmen. So investiert z. B. der dominierende staatliche Energiekonzern in die weitere Entwicklung von erneuerbare Energien wie Wind, Sonne oder Wasser. Ein Einspeisegesetz ermöglicht so z. B. den lukrativen Betrieb von Solar- und Windanlagen. Bereits heute werden 6% des Energieverbrauchs durch regenerative Stromerzeugung abgedeckt, bis 2022 sollen es nach dem Willen der Regierung 20% sein. Staatliche Unterstützung erhalten aber auch aus- und inländische Unternehmen die in Bereichen wie Medizin- oder Biotechnik aktiv sind. ☉

Impulse aus China

Die Wirtschaftskrise hat den Ablegern der großen deutschen Industriemessen in China nichts anhaben können. Ganz im Gegenteil, sie vermehren eine gestiegene Nachfrage seitens der Aussteller.

Die beiden im asiatischen Raum führenden Messen für Intralogistik sowie Antriebs- und Fluidtechnik verzeichneten mit 1 687 Ausstellern gegenüber 2008 (1 584 Aussteller) eine Steigerung um 6,5 Prozent. „Die hervorragende Resonanz auf unsere Messen in Shanghai werten wir als ein äußerst positives Signal für die entsprechenden Branchen. Es ist ein von China ausgehender deutlicher Gegentrend zur anhaltenden weltweiten Rezession erkennbar“, so Wolfgang Lenarz, Geschäftsbereichsleiter, Deutsche Messe AG.

Zur CeMAT ASIA 2009 stellten 380 Aussteller auf einer Ausstellungsfläche von 23 000 Quadratmetern aus. Die PTC ASIA ist die weltweit zweitgrößte und für Asien wichtigste Messe im Bereich der Antriebs-/Fluidtechnik. In diesem Jahr kamen insgesamt 1 307 Aussteller aus 27 Ländern und Regionen.

Wolfgang Pech, Geschäftsbereichsleiter der Hannover Messe, erwartet, dass die konjunkturelle Entwicklung in China



auch die weltgrößte Industriemesse im April nächsten Jahres prägen wird. „Es gibt deutliche Anzeichen dafür, dass die weltweite Nachfrage nach den in Hannover präsentierten industriellen Lösungen durch die Entwicklung in China positive Impulse erhält.“ Die Messe will darum 2010 den Ausstellern und Besuchern im Rahmen der Außenwirtschaftsplattform Global Business & Markets einen besonderen Service bieten und an einem der Thementage die neuen Chancen für Absatz, Kooperation und Beschaffung in China diskutieren. ☉

„Es gibt deutliche Anzeichen dafür, dass die weltweite Nachfrage nach den in Hannover präsentierten industriellen Lösungen durch die Entwicklung in China positive Impulse erhält.“

Wolfgang Pech Geschäftsbereichsleiter der Hannover Messe

KONTAKT

Robert Kuszli, Beauftragter Südostasien
BWA Deutschland
r.kuszli@bwa-deutschland.de



© FLICKR, BERT VAN DIJK

Hüter der Seltenen Erden

Ohne seltene Metalle und Erden gäbe es keine High-Tech-Produkte. Handys, LCD-Displays, Solarzellen oder auch die Energiesparlampe - die Liste der Produkte, welche von der Verfügbarkeit von derart exotisch klingenden Rohstoffnamen wie Neodym, Cer oder Yttrium abhängig sind, ist schier endlos. Ein enormer Anteil dieser seltenen Erden wird ausschließlich in der VR China produziert. Und nun hat das Land drastische Exporteinschränkungen angekündigt. Der plausible Grund: Eigenbedarf.

ARTIKEL: ESAD FAZLIC LOCAL GLOBAL GMBH

Aufgrund seiner rasanten wirtschaftlichen Entwicklung hat sich die VR China in den letzten zwei Jahrzehnten zu einem der größten Importeure von Rohstoffen entwickelt. Experten sind sich sicher, dass das bevölkerungsreichste Land der Erde die USA demnächst als größten Importeur ablösen wird. Und

obwohl das Land selbst über zum Teil gigantische Rohstoffvorkommen verfügt, reichen diese seit langem nicht mehr aus, den Bedarf des Wirtschaftswachstums zu stillen.

Längst bezieht sich die globale Knappheit jedoch nicht nur auf die klassischen Rohstoffe, sondern immer mehr

auch auf seltene mineralische Ressourcen. So genannte Seltene Erden bzw. deren Oxide, auch Rare Earth Oxides (REO) genannt, stehen im Zentrum der Aufmerksamkeit. Diese werden aufgrund ihrer besonderen Eigenschaften bei der Herstellung von technologieintensiven Produkten benötigt.

So verwendet man Seltene Erden häufig als Leuchtstoffe für Bildschirme, für die Produktion von Speziallasern und Glasfaserkabeln oder auch zur Herstellung von Hochleistungsmagneten, welche wiederum innerhalb von Elektromotoren verbaut werden. Kurz gesagt: Keine seltenen Metalle - kein

Hightech. Folglich lässt sich auch im Zeitalter der steigenden Technisierung alltäglicher Gebrauchsgüter der immense Bedarfsanstieg an derartigen Rohstoffen nicht verhindern. Experten schätzen das Nachfragewachstum der letzten Jahre auf jährliche 10 Prozent. Allerdings steht zu befürchten, dass sich dieses Wachstum in Zukunft noch deutlicher beschleunigen wird.

STUDIE DES BMWI

In einer vom Bundeswirtschaftsministerium in Auftrag gegebenen Forschungsstudie mit dem Titel „Rohstoffe für Zukunftstechnologien“ wird davor gewarnt, dass bestimmte Zukunftstechnologien auf seltene Metalle in besonderem Maße angewiesen sind. Die Abhängigkeit ist so groß, dass deren Ausbreitung durch bevorstehende Rohstoffengpässe unter Umständen bedroht ist. Die Studie wurde vom Berliner Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI) erstellt. Neben den analysierten Bedarfsprojektionen für die jeweiligen Zukunftstechnologien beschäftigt sich die Studie auch mit den globalen Ungleichgewichten.

In vielen Bereichen dominiert die VR China die Weltproduktion von seltenen Erden. Mehr als 90% des weltweiten Angebots stammt aus dem Reich der Mitte. Beispielsweise fördert das Land 97% der weltweiten Menge an Neodym. Neodym wird für die Herstellung von Permanentmagneten benötigt. Wie bereits erwähnt finden derartige Magneten ihren Platz in Elektromotoren aller Größen und damit auch in Hybridmotoren von Kraftfahrzeugen. Nach der Studie beträgt der Neodym-Anteil bei Hochleistungsmagneten über 25%. Der Anteil aller Seltenen Erden in einem Hybrid-Fahrzeug wird auf insgesamt 20 kg geschätzt - eine nicht zu unterschätzende Menge, welche eine klare Abhängigkeit mit sich bringt. Vor einigen Wochen hat das chinesische Industrieministerium angekündigt, drastische Exportbeschränkun-

gen für einige Metalle aus der Gruppe der Seltenen Erden einzuführen und die Ausfuhr bestimmter Rohstoffe sogar ganz zu verbieten. Der Grund dafür ist nachvollziehbar. China konzentriert sich selbst auf die Produktion technologieintensiver Produkte und verzichtet damit auch einen stetig wachsenden Eigenbedarf. Noch assoziiert man mit dem Begriff „made in China“ massenweise produzierte Billigwaren. Langfristig möchte man allerdings mit qualitativ hochwertigeren Produktgütern auf die Märkte der Welt drängen. Die Firma Haier, welche bei vielen Chinesen als das Sinnbild für den globalen Aufstieg eines chinesischen Konzerns steht, stellt dabei nur die Speerspitze einer Gruppe von erfolgshungrigen Unternehmen dar.

VERUNSICHERUNG BEI HERSTELLERN

Jüngst wurde in den Medien über die Exportdrosselung der Seltenen Erden und die damit verbundene Existenzbedrohung des Hybridantriebs berichtet. Der Marktführer im Segment der Hybridfahrzeuge, der japanische Automobilkonzern Toyota, befürchtet starke Einschränkungen in den Expansionsmöglichkeiten seiner Technologie. Die Befürchtungen sind durchaus berechtigt, sofern es in Zukunft tatsächlich zu Versorgungsengpässen seitens der chinesischen Seite kommen sollte bzw. sich keine adäquaten Alternativen finden lassen.

In Anbetracht der Tatsache, dass eine Vielzahl von Unternehmen weltweit auf die Verfügbarkeit von Seltenen Erden angewiesen ist, stellt sich natürlich die Frage, ob auch die Verbreitung bestimmter Produkte durch mögliche Lieferengpässe bedroht ist.

Hierzu gibt die Studie des IZT ausführliche und hilfreiche Antworten. Zunächst wird darin klargestellt, dass die besagten Rohstoffe im Gegensatz zu ihrem Namen häufiger vorkommen als bestimmte Edelmetalle, wie z.B. Gold oder Platin. Denn obgleich China eine Art Monopolstellung innehat, so existieren auch in den USA, Austra-

Globaler Rohstoffbedarf für die analysierten Zukunftstechnologien im Jahr 2006 und 2030 im Verhältnis zur gesamten heutigen Weltproduktionsmenge des jeweiligen Rohstoffs

Rohstoff	2006	2030	Zukunftstechnologien (Auswahl)
Kobalt	0,19	0,40	Lithium-Ionen-Akku
Neodym	0,55	3,82	Permanentmagnete, Lasertechnik
Indium	0,40	3,29	Displays, Dünnschicht-Photovoltaik
Germanium	0,31	2,44	Glasfaserkabel, IR optische Technologien
Scandium	gering	2,28	SOFC Brennstoffzellen, Al-Legierungselement
Palladium	0,10	0,34	Katalyse, Meerwasserentsalzung
Platin	gering	1,56	Brennstoffzellen, Katalyse
Tantal	0,39	1,01	Mikrocondensatoren, Medizintechnik
Silber	0,26	0,78	RFID, Bleifreie Weichlote
Zinn	0,62	0,77	Bleifreie Weichlote, transparente Elektroden
Yttrium	gering	0,01	Hochtemperatursupraleitung, Lasertechnik
Titan	0,08	0,29	Meerwasserentsalzung, Implantate

QUELLE: STUDIE IZT & ISI

lien oder Russland einige Vorkommen. Diese wurden jedoch entweder noch nicht erschlossen oder aber deren einstige Förderung wurde aufgrund des preislichen Konkurrenzdrucks aus China eingestellt. Die chinesischen Fördermethoden im Bergbau sind ungleich kostengünstiger, da in diesem Bereich häufig noch sehr niedrige Umweltstandards gelten. Dementsprechend war es den chinesischen Produzenten möglich, die Weltmarktpreise zu drücken und die restliche Konkurrenz allmählich aus dem Geschäft zu drängen.

Doch da man auch in China erkannt hat, dass eine radikale, nicht auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Ausbeutung der Bodenschätze die eigene Zukunft des Landes gefährdet, wurden in den letzten zwei Jahren mehrere Gesetze zum Umweltschutz erlassen. Hiervon ist auch der Bergbau betroffen. Abgesehen vom globalen Nachfragerückgang ist auch dies ein Grund für den Exportrückgang an Seltenen Erden im Jahr 2008 (s. Tabelle).

GESICHERTE VERSORGUNG

Das Fazit der Studie liefert keinen Grund zur befürchteten Panik. Betrachtet man die Ergebnisse, so lässt sich erkennen, dass sich in Zukunft der Bedarf für technische Innovationen lediglich bei ei-

Chin. Exporte von Seltenen Erden

Jahr	Menge (in kg)
2002	48,538,396
2003	59,208,287
2004	83,309,540
2005	112,071,476
2006	185,160,395
2007	307,186,607
2008	166,073,782

QUELLE: UN

nem Teil bestimmter Erdmetalle vervielfachen wird (s. Tabelle). Der Wert beim Rohstoff Neodym beträgt 3,8. Das heißt, der von absehbaren technischen Innovationen ausgehende Bedarf nach diesem Rohstoff wird im Jahr 2030 3,8-mal so hoch sein, wie dessen gesamte heutige Weltproduktionsmenge. Insgesamt aber sind die globalen Reserven und Ressourcen von Seltenen Erden relativ groß, obgleich Teile davon noch unerschlossen sind. Berechnungen zufolge beträgt die Reservenreichweite für REO mehr als 700 Jahre. Ferner werden materialeffizientes Wirtschaften und leistungsfähigere Recyclingtechniken zu einer ressourcenschonenderen Produktionsweise führen, so dass ein drohender Versorgungsengpass vorläufig in weite Ferne rückt. ☉

Wertschöpfungsnetzwerke optimieren

Seit geraumer Zeit hat sich die Geschwindigkeit, mit der im Rahmen der wirtschaftlichen Globalisierung Märkte erschlossen werden, drastisch erhöht. Global Sourcing bedeutet im Kern die systematische und weltweite Suche nach den besten Lieferanten und deren Einbindung in das globale Versorgungsnetzwerk des Unternehmens.

ARTIKEL: RONALD BOGASCHESKY UND HOLGER MÜLLER CFSM – CENTRUM FÜR SUPPLY MANAGEMENT GMBH

© ANDREAS NILSSON/FLICKR

INFO

Die Zusammenarbeit mit den weltweit besten Lieferanten ist heute unverzichtbar, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen. Ein optimiertes Global Sourcing erfordert die systematische Analyse von Beschaffungsmärkten und den dort angesiedelten Anbietern. Auf den folgenden Seiten hierzu zwei Auszüge aus der neu erschienenen Auflage des BME-Leitfadens „Einkaufen und Investieren in China“. www.localglobal.de/shop



Seit geraumer Zeit hat sich die Geschwindigkeit, mit der im Rahmen der wirtschaftlichen Globalisierung Märkte erschlossen werden, drastisch erhöht. Global Sourcing bedeutet im Kern die systematische und weltweite Suche nach den besten Lieferanten und deren Einbindung in das globale Versorgungsnetzwerk des Unternehmens. Während aus (isolierter) Beschaffungssicht zunächst die logistische Umsetzung dieser Warenströme ins Auge fällt, wird bei Einnahme einer breiteren Sichtweise deutlich, dass eine enge Abstimmung der weltweiten Beschaffungsstrategie und der Gestaltung der Supply Chain mit der Standort- und Absatzstrategie unverzichtbar ist. Dies gilt umso mehr, wenn man berücksichtigt, dass in der Regel deutlich mehr als 50 % der Wertschöpfung eingekauft wird. Diese bereichsübergreifende, strategische Koordination kommt jedoch oftmals zu kurz.

Zudem legt die Unternehmensleitung nicht selten fragwürdige Vorgaben fest, wie bspw. die Low-Cost-Country-(LCC-)Quote kurzfristig auf bestimmte, nicht selten unrealistisch hohe Werte hochzuschrauben, weil dies angeblich der Best Practice in der Branche entspräche. Zwar können solche Vorgaben auch positive Motivationswirkungen entfalten, jedoch gilt dies kaum, wenn die Realität und der einkäuferische Sachverstand klar gegen die Umsetzung dieser Ziele sprechen. So drängt sich zeitweise der Eindruck auf, dass hier Führungsverantwortliche ein wenig dem „Beraterlatein“ aufgesessen sind.

TOTAL-COST-OF-OWNERSHIP

Dass bei aller Fokussierung auf Kosteneinsparungen die einseitige Sicht auf die Einstandspreise zu betriebswirtschaftlich unsinnigen Entscheidungen für oder gegen einen Lieferanten

führen kann, scheint in vielen Unternehmen mittlerweile erkannt worden zu sein. Unsicherheit besteht zumeist dahingehend, wie die so genannten „Total-Cost-of-Ownership“ zu berechnen sind. Letztendlich kann jedes Projekt durch Einbeziehung oder Vernachlässigung von Kostenbestandteilen schlecht- oder schön gerechnet werden. TCO-Analysen basieren auf der Überlegung, dass bei einer vollständigen Bewertung der Kosten eines Beschaffungsgutes nicht nur der Einstandspreis, sondern alle Kosten, die bei der Beschaffung, der Nutzung, der Wartung bzw. Instandhaltung und ggf. der Rücknahme anfallen, berücksichtigt werden sollten. Zu beachten ist dabei, dass Kosten der Beschaffungsmarkterschließung und Lieferantenrecherche den Charakter von „sunk costs“ bekommen, sobald das Geld ausgegeben ist, so dass diese bei der letztlichen Lieferantenauswahl nicht nochmal in Anschlag

ARBEITSKREIS ASIA

Seit 2005 organisiert das CFSM - Centrum für Supply Management regelmäßig Arbeitskreise für Unternehmen, die sich mit dem Einkauf in Asien und/oder Mittel- und Osteuropa befassen.

Die neue Runde des Arbeitskreises „ASIA-Sourcing“ startet im **Dezember 2009/Januar 2010** in Würzburg. Der Beitritt zur neuen Runde ist aktuell möglich.

Dr. Holger Müller
Holger.Mueller@cfsm.de
Tel.: +49 (0)351-8106638

gebracht werden dürfen, sondern nur vorab bei der Entscheidung für oder gegen die Erschließung neuer Märkte und der damit verbundenen Aktivitäten. Die Aufzählung möglicher TCO-Kostenbestandteile macht deutlich, dass die Gesamtkosten eines Beschaffungsgutes viele Komponenten haben können. Insbesondere die der Transaktion nachgelagerten Kosten zeigen, wie drastisch sich die Vernachlässigung der Produktqualität auswirken kann. Die Kosten der Transaktion hängen nicht nur vom Einstandspreis, sondern wesentlich von der Qualität des Beschaffungsgutes und der Qualität und Zuverlässigkeit des Transports durch den beauftragten Logistikdienstleister ab. Das beschaffende Unternehmen kann durch ein qualitativ hochwertiges Management des Beschaffungsprozesses bzw. der gesamten Wertschöpfungskette zu einer deutlichen Senkung von Risiken und Kosten beitragen.

EINBEZIEHUNG ZUKÜNFTIGER ENTWICKLUNGEN

Problematisch bei der Bewertung mittels eines TCO-Ansatzes ist, dass dieser in seiner „klassischen“ Form nur zeitpunktbezogen die anfallenden Kosten misst bzw. abschätzt.

Kunden-Lieferantenbeziehungen sind jedoch im Zeitablauf dynamischen Veränderungen ausgesetzt, sodass eine Vorteilhaftigkeit heute sich morgen

schon ins Gegenteil wenden kann oder umgekehrt. Für eine fundierte Entscheidung ist es demzufolge notwendig, Chancen und Risiken zukünftiger Entwicklungen mit einzubeziehen.

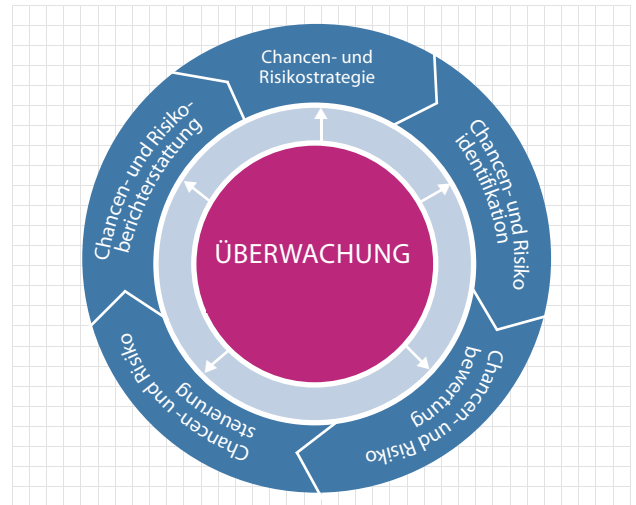
Somit ist zunächst systematisch zu ermitteln, welche Faktoren Einfluss auf die Supply Chain und die damit verbundenen TCO haben. Die potenziellen Risiken (und die damit verbundenen Chancen) sowie die bisher in dem Zusammenhang vorgesehenen Maßnahmen müssen dazu eruiert und in einem (Chancen- und) Risikokatalog zusammengefasst werden. Grundsätzlich sind dabei firmeninterne Risiken (z. B. Absatzschwankungen), Supply-Chain-Risiken (z. B. Lieferanten induzierte Risiken, Risiken der Sublieferanten, Risiken der Logistikdienstleister) und externe Risiken (z. B. Naturkatastrophen, Handelsbarrieren, Wettbewerber) zu berücksichtigen. Diese Risiken müssen nachfolgend bewertet und Maßnahmen zur Steuerung festgelegt werden. So kann bspw. durch Financial Hedging das Währungsrisiko ausgeschlossen werden.

Maßnahmen zur Risikosteuerung verursachen zuordenbare Kosten und können somit im TCO-Ansatz direkt berücksichtigt werden. Dabei muss man sich allerdings darüber im Klaren sein, dass eine vollständige Risikovermeidung in der Regel keine geeignete Strategie darstellt, da dies prohibitive Kosten nach sich ziehen dürfte. Unsicherheiten stellen zudem (negative, Kosten erhöhende oder Ertrag senkende) Risiken einerseits und Chancen (positive Risiken, die entsprechend erfolgssteigernd wirken) andererseits dar. Wie an der Börse, gibt es größere Erträge in der Regel nur in Kombination mit höheren Risiken. In jedem Fall empfiehlt es sich, ein systematisches Risikomanagement zu betreiben. ☉

KONTAKT

CFSM – Centrum für Supply Management GmbH, Würzburg
info@cfsm.de

Systematischer Risikomanagementprozess



QUELLE: CFSM – CENTRUM FÜR SUPPLY MANAGEMENT GMBH

MÖGLICHE TCO-BESTANDTEILE

Kosten vor der Transaktion

- Individuelle Beschaffungsregion- /Lieferantenanalyse
- Lieferanteevaluation und -qualifizierung
- Produktevaluierung/ Musteranalyse
- Verhandlungsprozess
- Vertragsabschluss und weitere Vereinbarungen
- EDV-Einbindung des (neuen) Lieferanten

Kosten der Transaktion

- Einstandspreis, inkl. weiterer Konditionen
- Bestellvorgang und -übermittlung
- Auslieferungsprozess
- Zölle/Ausfuhrdokumentationen
- Versicherungen
- Fakturierung und Zahlung
- Warenannahme und -prüfung
- Retouren, Reklamationen
- Tracking and Tracing, Kontrolle

Kosten nach der Transaktion

- Materialbedingte Produktionsausfälle
- Materialbedingter Ausschuss
- Materialbedingte Einsatzfehler beim Kunden
- Materialbedingte Reparaturen
- Goodwill- und Reputationsverluste beim Kunden
- Materialbedingte erhöhte Instandhaltungsfrequenz



© EMILY GEOFF/FLICKR

Sourcing von Metallteilen

Der Werkstoff Metall hat in China eine große Bedeutung – ist er doch nicht nur eines der fünf Elemente des chinesischen Horoskops, sondern auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für das Land. Schon seit Jahren führt China die Liste der Stahlproduzenten an. Aktuell stellt China mehr als ein Drittel der Weltstahlproduktion. Seit 2005 steht das Reich der Mitte auch als Exporteur in diesem Bereich an der Spitze.

ARTIKEL: SEBASTIAN MALING UND DANIELA SCHIESSER SOURCEIT GMBH

Bei der Auswahl des Lieferanten dürfen nicht nur die Kosten oder der Einkaufspreis beachtet werden, der billigste Lieferant ist nicht automatisch der beste. Man darf nicht dem Trugschluss aufsitzen, dass in China grundsätzlich alles billiger ist – manche Produkte lassen sich durch die geringeren Logistikkosten und einer gleichzeitig höheren Qualitätssicherheit auch günstiger in Europa produzieren.

Bei der Auswahl des optimalen Lieferanten müssen die Gesamtkosten, die sich aus Einkaufspreis, Logistik, Risiken bei Qualität und Termintreue und dem

Ausschuss bei der Ware zusammensetzen, betrachtet werden. Betrachtet werden sollte auch die Unternehmensstruktur: Ist die Firma komplett in chinesischer Hand oder ist ein ausländischer Investor mitbeteiligt? In der Regel liefern Produzenten mit ausländischer Beteiligung eine höhere Qualität. Insbesondere Taiwanesen und Hongkong-Chinesen sind – bedingt durch die räumliche Nähe – oft an chinesischen Firmen beteiligt.

Ein weiterer Faktor, der gerade in der Metallbearbeitung, die eine hohe Prozesssicherheit erfordert, beachtet wer-

den sollte, ist die Exportorientierung. Eine starke Exportorientierung hat sowohl Vor- als auch Nachteile: Zwar sind diese Unternehmen oft schon an die Qualitätsanforderungen gewöhnt, ihre Preise allerdings richten sich ggf. nicht mehr an Kostenkalkulationen aus, sondern an dem Preis, den sie verlangen „dürfen“. Sie bewegen sich also teilweise auf westlichem Niveau.

Bevor man sich Gedanken darüber macht, welche Teile und Komponenten in China eingekauft und/oder veredelt werden könnten, sollte man wissen, welche Rohmaterialien vor Ort vorhan-

den sind – denn deren Existenz bzw. vielmehr Nicht-Existenz übt einen entscheidenden Einfluss auf den Preis und die Qualität aus. Ist das Material nicht oder nicht in der notwendigen Qualität und Reinheit vor Ort, kann das Produkt nicht produziert werden oder es müssen teure Rohmaterialien importiert werden, was die für den Bezieher positive Preisdifferenz egalisiert.

Das Hauptproblem liegt hier in der unterschiedlichen Standardisierung der Materialien: In Deutschland werden in der Entwicklung oft Materialien nach dem DIN-Standard spezifiziert, in China

wird jedoch hauptsächlich mit chinesischen oder amerikanischen Standards gearbeitet. Gerade bei Sicherheitsteilen (wie z. B. der Automobilindustrie) kann ein Materialwechsel ohne vorherige zeit- und kostenaufwändige Prüfung nicht realisiert werden oder es stellt sich nach der Prüfung heraus, dass das Ersatzmaterial nicht die selben physikalischen Eigenschaften hat wie das Originalmaterial.

Aktuell in China verfügbare Rohmaterialien sind v. a. Stahl und Edelstahl. Auch Aluminium wird reichlich produziert. Der Schwerpunkt preisgünstiger Mes-singvorkommen liegt derzeit in Indien.

MEHRWERTSTEUERRÜCK-VERGÜTUNG

Die Mehrwertsteuer ist für die chinesische Regierung nicht nur ein fiskalisches, sondern auch ein Mittel zur Förderung respektive Einschränkung von Branchen mit geringer Wertschöpfung und/oder hohem Ressourcenverbrauch.

Im Wesentlichen basiert das System für Produkte, die nicht unter die Maßgaben der Lohnveredelung (Import von Rohmaterial oder Halbfertigwaren und Veredelung in China und anschließender Export) fallen, im Groben wie folgt: Aktuell existiert in China ein Mehrwertsteuersatz von 17 %. Anders als in Europa dürfen Verkäufe ins Ausland nicht mehrwertsteuerfrei erfolgen; abhängig von der jeweiligen Produktkategorie, die über den sog. HS-Code ermittelt wird, erhält der Exporteur entweder einen Teil oder die komplette Mehrwertsteuer zurück. Seit einiger Zeit erhebt China auf gewisse Produktgruppen einen so genannten „export tariff“, ein Exportzoll, der auf den reinen Warenwert bis zur Anlieferung zum Hafen zu entrichten ist. Beginnend im Jahr 1994 wurden auf Zoll- und Steuerebene diverse Maßnahmen zur Exportbeeinflussung beschlossen. Dies zumeist sehr kurzfristig – so wurde die letzte Erhöhung der Export-Steuern erst rund 15 Tage vor deren Implementierung festgelegt.

Allein aus diesen wenigen Stationen ist die Dynamik des chinesischen Steuersystems erkennbar. Vor Aufnahme einer Exportbeziehung mit China sollten unbedingt Informationen über die derzeit geltenden Bestimmungen und Steuersätze eingeholt werden.

GERINGE FERTIGUNGSERFAHRUNG UND INGENIEURMANGEL

Probleme beim Aufbau einer Lieferantenbeziehung sind nicht nur durch die „zwei unterschiedlichen Welten“, sondern auch durch die Entwicklung des Landes per se bedingt. Erst der Beitritt Chinas zur WTO im Jahr 2001 führte dazu, dass sich auch das strukturschwache Hinterland langsam aber stetig zu entwickeln und Chinas Industrieentwicklung zu boomen begann. In dieser erst relativ kurzen Zeitspanne wäre es keinem Land der Welt möglich, einen erfahrenen und kompetenten Pool an Facharbeitern und Ingenieuren zu entwickeln. Dies bedeutet, dass in China aktuell nur ein sehr geringer fertigungserfahrener Personalstamm in der Metallverarbeitung vorhanden ist und ein starker Ingenieurmangel herrscht. Doch auch wenn gute chinesische Metallfachkräfte vor Ort sind, darf man sich nicht in falscher Sicherheit wiegen: Fluktuationsraten von mtl. bis zu 10 % sind im Fertigungsbereich Chinas keine Seltenheit. Die neuen Mitarbeiter sind oft schlecht qualifiziert – doch da die Produktion nicht stillstehen darf, wird eben weiter produziert. Um also schlechte Qualität einzudämmen, helfen nur gründliche Audits vor Ort, sorgfältige Qualitätskontrollen und eine systematische Lieferantenentwicklung.

REALITÄT DER ZERTIFIZIERUNG IN DER METALLBEARBEITUNG

Der geringen Fertigungserfahrung ist auch eine geringe Prozesssicherheit geschuldet, was besonders für den Bereich Metallverarbeitung problematisch ist. Für einen potenziellen „Metall-Outsourcer“ bedeutet dies zweierlei: Zum einen, dass man in China ►



In Deutschland werden in der Entwicklung oft Materialien nach dem DIN-Standard spezifiziert, in China wird jedoch hauptsächlich mit chinesischen oder amerikanischen Standards gearbeitet.



In China läuft der Produktionsprozess oft „aus einer Hand“ - von der Produktion bis hin zur Wiederverwertung.

LEITFADEN

Bei diesem Artikel handelt es sich um einen Auszug aus dem neu erschienenen Leitfaden des Bundesverbandes Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) mit dem Titel: „Einkaufen und Investieren in China“

Weitere Informationen unter:
www.supply-markets.de



„Steuer-Stationen“ für den Bereich Metallverarbeitung

1994	Steuerrückvergütung für Stahl auf 17 % festgelegt.
2006	Exportsteuer auf Stahl-Halbfertigfabrikate und Eisenlegierungen auf 10 % festgelegt.
2007	Reduktion der Steuerrückvergütung für ausgewählte Produkte (u. a. Edelstahl) auf 5 %; Reduktion für alle anderen Stahlprodukte auf 0 %.
2007	Erhebung Exportsteuer i. H. v. 5–10 % auf diverse Produkte im Rohstoff-Segment (u. a. Walzdraht).
2007	Erhöhung der Exportsteuer von 5 % auf 10 % für Halbfertigwaren im Rohmaterialbereich.
2008	Erhöhung der Exportsteuern bei 80 Produktkategorien auf max. 25 %; z. B. Exportsteuer gezogener Draht: 5 %.
2008	Im Rahmen der Regelung für 2009 wurden fast alle Exportzölle zur Unterstützung der chinesischen Stahlwirtschaft wieder abgeschafft.

▼
nicht automatisch mit einer kontinuierlichen und hohen Qualität rechnen darf. Zum anderen bedingt dieses Minimum an Prozesssicherheit eine geringe Innovationsorientierung – will man neue Produktionsprozesse implementieren, benötigt man dafür viel Geduld und einige Probedurchläufe. Der Bezug von Metallteilen aus China bietet sich daher eher für normnahe

Die Mehrwertsteuer ist für die chinesische Regierung ein Mittel zur Förderung respektive Einschränkung von Branchen mit geringer Wertschöpfung und/oder hohem Ressourcenverbrauch.

oder wenig komplexe Zeichnungsteile an. Die Produktion von Normteilen ist durch den hohen Automatisierungsgrad aufgrund der gestiegenen Lohn- und Energiekosten in China jedoch oft schon nicht mehr lohnenswert. Wichtig ist (abgesehen von speziellen Einzelfällen) ein ausreichend großes Volumen, sprich eine ausreichende Seriengröße, was auch am ehesten interessant für den potenziellen Metallteillieferanten ist. Der Grund für diese scheinbare Inflexibilität liegt nicht an einer Lernversion oder Faulheit, sondern an der fehlenden Erfahrung und mentalitätsbedingten geringen Innovationsorientierung. Es wird noch einige Jahre dauern, bis sich im metallverarbeitenden Bereich eine akzeptable Prozesssicherheit in China einstellen wird, und je besser und strukturierter die Arbeitsprozesse ablaufen, desto besser wird auch das Endprodukt werden.

HOHE FERTIGUNGSTIEFE

Ein weiterer erwähnenswerter Punkt ist neben der Fertigungserfahrung auch die Fertigungstiefe, welche in China – v. a. im Vergleich zu Taiwan – sehr hoch ist. Während der Produktionsprozess in Taiwan eher tayloristisch strukturiert ist, arbeiten Chinesen eher nach der Maxime „alles aus einer Hand“. So wird das Metallwerkstück also i. d. R. von der Grundkomponente bis zum fertigen Produkt sehr oft in einem Betrieb, also z. B. vom gezogenen Draht bis zum fertigen Werkstück inhouse, gefertigt. Der Vorteil ist, dass Qualitätsprozesse leichter kontrolliert werden können, wenn alles aus einer Hand stammt. Fehler und Fehlerursachen lassen sich leichter rückverfolgen und beheben, wenn alles auf einen Ort konzentriert ist und nicht bei den Vor- oder gar Vorvor-Lieferanten gesucht werden muss. ☉

KONTAKT

sourceit GmbH, München
Daniela Schießler, Sebastian Maling
info@sourceit.de



Globale Märkte – globale Medien

Nichts versteht sich von selbst.
Auch nicht Produkte und Lösungen
aus Deutschland.

local global erreicht für Sie
anspruchsvolle Kunden weltweit.
Mit professionellen Medien und
Events.

Magazine für die Hannover Messe,
den VDA sowie Baden-Württemberg
und Niedersachsen präsentieren
Technologien „made in Germany“
weltweit.

Sprechen Sie mit uns Ihre
internationalen Zielgruppen an.

local global GmbH

Telefon: +49 711 - 22 55 88 - 0

Fax: +49 711 - 22 55 88 - 11

marketing@localglobal.de

www.localglobal.de





© REDUHT/FLICKR

Importpreise September 2009: – 11,0% gegenüber

Der Index der Einfuhrpreise lag nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes (Destatis) im September 2009 um 11,0% unter dem Vorjahresstand. Im August 2009 hatte die Jahresänderungsrate – 10,9% und im Juli 2009 – 12,6% betragen. Gegenüber August 2009 fiel der Einfuhrpreisindex um 0,9%.

Der Preisrückgang gegenüber September 2008 ist insbesondere auf die gesunkenen Preise für importierte Energieträger (– 38,1%) zurückzuführen. Die Preise für Rohöl und für Mineralölzeugnisse sanken im Vorjahresvergleich um 35,3% beziehungsweise um 35,7%. Bezogen auf den Vormonat August 2009 fielen die Preise für Rohöl um 7,4% und für Mineralölzeugnisse um 7,0%. Der Einfuhrpreisindex ohne Erdöl und Mineralölzeugnisse lag im September 2009 um 7,4% unter dem Stand von September 2008 (gegenüber August 2009: – 0,2%). Auch Erdgas wurde im September 2009 deutlich billiger eingekauft als im ver-

(– 0,2%). Das Preisniveau für Steinkohle lag ebenfalls niedriger als ein Jahr zuvor (– 32,0%). Gegenüber August 2009 verbilligten sich die Steinkohleimporte um 11,6%. Bei den Rohstoffen waren insbesondere Eisenerze billiger als im September 2008 (– 25,8%); im Vergleich zu August 2009 fielen die Preise um 5,5%. Nicht-Eisenerzimporte kosteten 15,1% weniger als im September 2008 und 2,3% weniger als im August 2009. Die Preise von Nicht-Eisen-Metallen und deren Halbzeug waren im September 2009 um 9,6% niedriger als im Vorjahresmonat. Im Vergleich zum August 2009 stiegen sie jedoch um 0,2%. Rohaluminium kostete im Vorjahres-

ger importiert werden als im September 2008 und um 2,0% günstiger als im August 2009. Das zur Stahlerzeugung verwendete Nickel war im Vergleich zum Vorjahresmonat und im Vergleich zum Vormonat um jeweils 7,6% preiswerter. Eisen, Stahl und Ferrolegierungen verbilligten sich um 29,0% gegenüber dem Vorjahr (+ 0,9% gegenüber August 2009).

Im Nahrungsmittelsektor fielen die Preise für Getreide gegenüber September 2008 um 27,3% (– 6,1% gegenüber August 2009). Milch und Milcherzeugnisse waren im Vergleich zum Vorjahresmonat um 11,8% billiger (+ 1,2% gegenüber dem Vormonat). Schweine- und Rindfleisch wurden ebenfalls preiswerter importiert als vor einem Jahr (– 13,5% beziehungsweise – 5,0%).

Der Index der Einfuhrpreise lag im September 2009 um 11,0% unter dem Vorjahresstand.

gleichbaren Vorjahresmonat (– 44,1%). Im Vergleich zum Vormonat fielen die Erdgaspreise zum elften Mal in Folge

vergleich 19,4% und im Vormonatsvergleich 0,7% weniger. Rohkupfer konnte im September 2009 um 13,5% günsti-

Einfuhrpreisindex

QUELLE: STATISTISCHES BUNDESAMT



Asian Stainless Steel Price Index
Cold Rolled Coil 304

QUELLE: MEPS



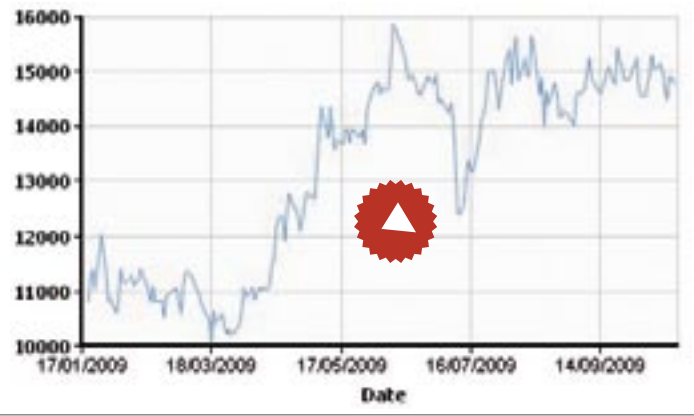
Asian Carbon Steel Product Price Index
Cold Rolled Coil

QUELLE: MEPS



Zinc – Cash buyer (in USD/metric ton)

QUELLE: LME



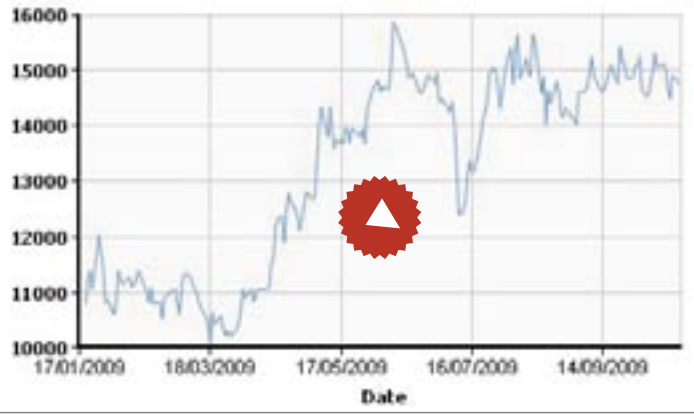
Copper – Cash buyer (in USD/metric ton)

QUELLE: LME



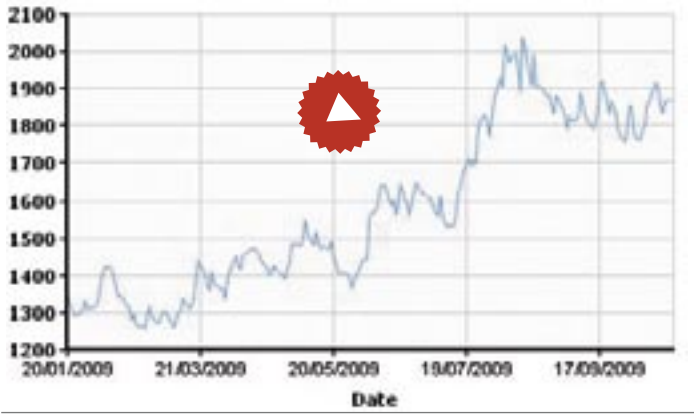
Tin – Cash buyer (in USD/metric ton)

QUELLE: LME



Aluminium – Cash buyer (in USD/metric ton)

QUELLE: LME



Repräsentanzen in China



© KWRAMM/FLICKR

INFO

Bei dem folgenden Artikel handelt es sich um Auszüge aus dem neu erschienenen China-Briefing Ratgeber „Gründung einer Repräsentanz in China“.

Der Ratgeber ist Teil der Technical Guide Serie, welche vom Verlagshaus Asia Briefing Ltd. in Kooperation mit der Unternehmensberatung Dezan Shira & Associates veröffentlicht wird.

richard.hoffmann@dezshira.com
www.china-briefing.com
www.dezshira.com



Einen sinnvollen und kostengünstigen Weg in China Fuß zu fassen, stellt die Gründung einer Repräsentanz dar. Deren Aufbau kann sich jedoch mitunter als recht kompliziert erweisen.

ARTIKEL: RICHARD HOFFMANN, SENIOR ASSOCIATE DEZAN SHIRA & ASSOCIATES

Ein wesentlicher Vorteil von Repräsentanzen ist der Wegfall eines obligatorischen Mindestkapitals - eine Repräsentanz kann also auch mit geringsten Mitteln eröffnet werden. Das Kapital muss lediglich Gehälter, Betriebsmittel und Miete für die Bürogebäude decken. Verglichen mit den Kapitalvoraussetzungen für andere Formen von aus dem Ausland finanzierten Unternehmen sind die Kosten für die Gründung einer Repräsentanz wesentlich geringer. Mit Hilfe einer Repräsentanz können Sie zum einen Geschäftsbeziehungen zwischen der Hauptniederlassung und (potentiellen) Kunden

pflegen und zum anderen Marktforschung, Lieferantenidentifikation und Qualitätsüberprüfungen durchführen. Ferner können Repräsentanzen auch diverse andere vorbereitende Aufgaben im Auftrag der Gesellschaft in China übernehmen. Gerade für den Markteintritt internationaler Investoren in den chinesischen Handel, die chinesische Güter für den Export erwerben oder ausländische Güter in China verkaufen wollen, sind Repräsentanzen ein beliebter Weg. Über eine Repräsentanz ist es ausländischen Angestellten möglich, das gesetzlich vorgeschriebene Arbeitsvisum und die Aufenthaltser-

laubnis zu erhalten - natürlich können aber auch chinesische Arbeitskräfte beschäftigt werden.

NACHTEILE

Repräsentanzen haben auch eine Kehrseite. Den relevanten Vorschriften nach, darf eine Repräsentanz keine direkten Geschäftstätigkeiten ausführen und muss demzufolge als Kostenfaktor gesehen werden, der auf einer regelmäßigen Basis von der Beteiligungsgesellschaft finanziert werden muss. Einnahmen aus unternehmensbezogenen Tätigkeiten dürfen also nicht auf das lokale Bankkonto gebucht werden. Darü-

ber hinaus dürfen auch keine offiziellen Rechnungen ausgestellt werden.

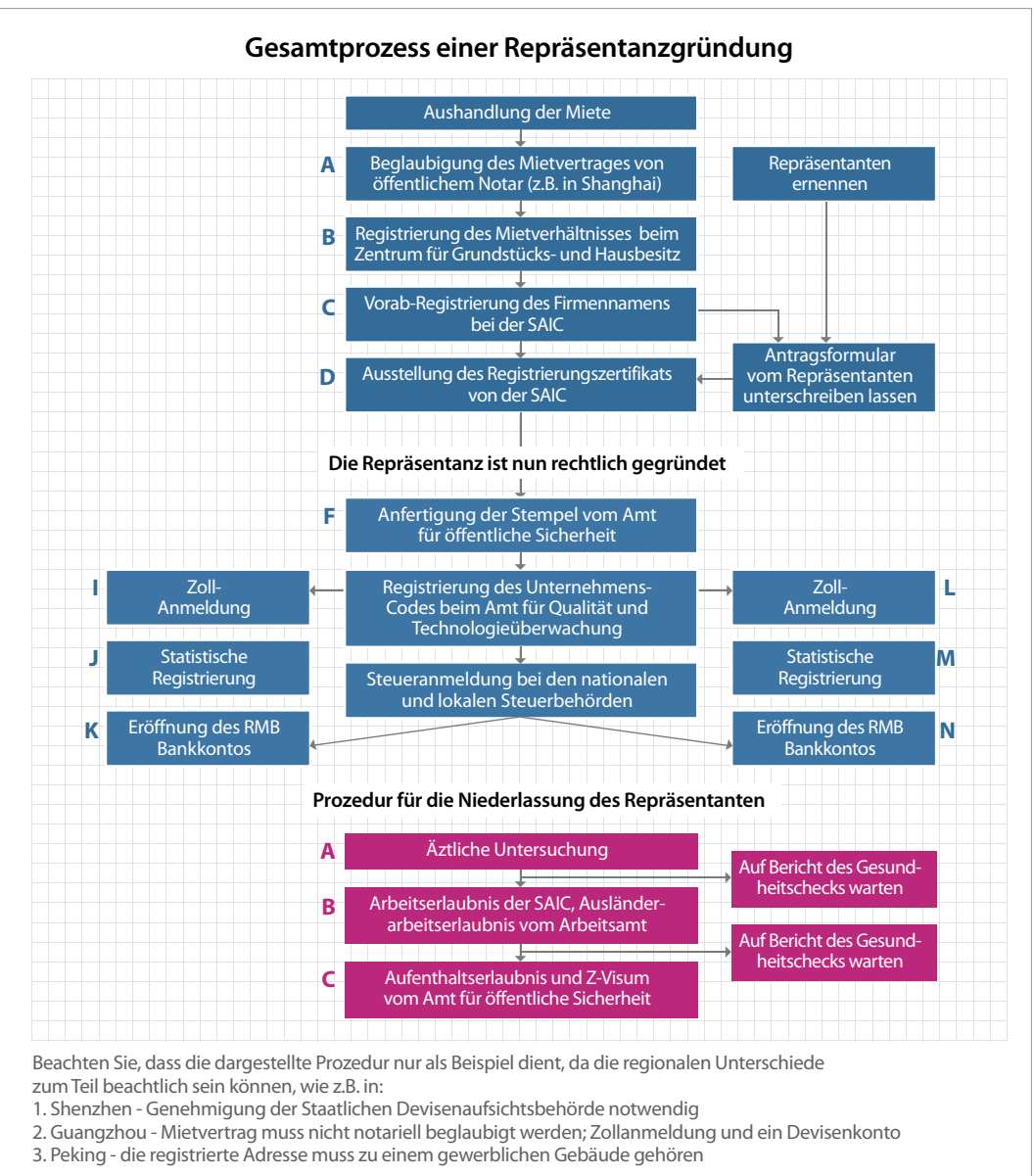
ERLAUBTE GESCHÄFTS-OPERATIONEN

Repräsentanzen können im Wesentlichen für folgende Aufgaben eingesetzt werden:

- Durchführung von Marktforschungen und Umfragen
- Geschäftsanbahnung mit chinesischen Kontakten und Zulieferern in China
- Produktpräsentation und -vorstellung auf dem chinesischen Markt
- Technologieaustausch
- Unterstützung des Handels zwischen der Muttergesellschaft und dem Unternehmen in China

ABLAUF DER GRÜNDUNG EINER REPRÄSENTANZ IN CHINA

1. Erwerben Sie eine vorläufige Genehmigung von der zuständigen Regierungsbehörde und lassen Sie Ihren Firmennamen zwecks Namensschutz vorab registrieren.
2. Registrieren Sie sich bei der Verwaltung für Handel und Industrie (SAIC) um das Registrierungszertifikat für Repräsentanzen ausländischer Unternehmen zu erhalten. Unternehmen aus Hongkong, Macao und Taiwan werden hierbei ebenfalls wie ausländische Unternehmen behandelt.
3. Beantragen Sie die offiziellen Repräsentanz- und Finanzstempel und registrieren Sie sich beim Amt für öffentliche Sicherheit.
4. Beantragen Sie ihre Registrierungsnummer beim Amt für Qualitäts- und Technologieüberwachung.
5. Beantragen Sie die lokale Steuerregistrierung.
6. Beantragen Sie die nationale Steuerregistrierung.
7. Beantragen Sie die Erlaubnis zur Eröffnung eines Devisenkontos bei der Chinesischen Zentralbank (People's Bank of China).
8. Eröffnen Sie Ihre Bankkonten (Standard-, RMB- und Devisenkonto).
9. Schließen Sie mit den entsprechenden Abteilungen des Arbeitsamtes,



der FESCO oder anderen lizenzierten Personaldienstleistern Arbeitsverträge ab.

EINIGE DER ZU BERÜCKSICHTIGENDEN PUNKTE

- Stellen Sie sicher, dass alle Genehmigungen und Lizenzen rechtzeitig verlängert werden und dies auch rechtzeitig beantragt wird. Es sollten mindestens 30 Tage veranschlagt werden.
- Generell haben Gebäudebesitzer nicht die Befugnis, Lizenzen für die

Gründung einer Repräsentanz auszustellen.

- Die weit verbreitete Praxis, Aktivitäten der Repräsentanz über separate Privatkonten zu finanzieren - um damit die Steuerschuld zu verringern - ist illegal. Diesbezüglich werden immer häufiger Gegenproben durchgeführt. Seit 2006 sind Ausländer ab einer bestimmten Einkommenshöhe verpflichtet eine Einkommenssteuererklärung abzugeben.

Viele Klienten übergeben die Eröffnung eines Kontos in China einem Vertreter.

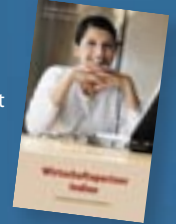
Oft legt der Vertreter das Konto dann meist an, ohne auf die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden einzugehen. Viele Vertreter eröffnen das Konto mit dem Stempel der Buchführungsabteilung und dem der Repräsentanz, ohne jedoch Sicherheitsbelange zu prüfen oder die Präferenzen der Muttergesellschaft zu berücksichtigen. Finanzmittel auf ein Konto zu überweisen, über das Sie keine ausreichenden Informationen verfügen, ist sehr leichtsinnig. Zu häufig kam es schon vor, dass Gelder unerwartet verschwunden sind. ☹



© LOCAL GLOBAL

INFO

Markterschließung steht im Vordergrund der demnächst erhältlichen Neuauflage des Indien-Ratgebers „Wirtschaftspartner Indien. Ein Managementhandbuch“.



Dieses Buch ist in unserem Shop erhältlich:
www.localglobal.de/shop

ARTIKEL: DR. JOHANNES WAMSER,
DR. WAMSER + BATRA GMBH

Schauen wir uns doch dazu erst einmal an, was man als ausländisches Unternehmen in Indien machen darf und was nicht: Sie können aus Deutschland nach Indien exportieren oder dort einen Handelsvertreter beauftragen. Sie können eine Vertriebsgesellschaft gründen oder auch eine Produktionsniederlassung. Sie können sich an einem Unternehmen beteiligen oder auch in Gänze übernehmen. Auch die Entscheidung, ob sich alleine „trauen“ oder doch lieber mit einem indischen Partner in ei-

Wie funktioniert Indien?

Wie geht eigentlich „Markterschließung“ in Indien? Gibt es einen „indischen“ Königsweg? Macht man das tatsächlich so ganz anders als in Deutschland oder sonst wo in der Welt? Ist man ohne einen indischen Partner und seine, wie er immer wieder betont, so hervorragenden Kontakte zu Behörden, zur Politik und seine Kenntnis der „Szene“ wirklich hilflos? Oder funktioniert Indien im Prinzip wie der Rest der Welt auch?

nem Joint Venture zusammenarbeiten wollen, liegt ganz bei Ihnen.

HANDELSVERTRETUNG

Hier bedient sich der deutsche Lieferant eines indischen Handels- / Vertriebsunternehmens, das seine Ware entweder für eigene Rechnung ein- und verkauft, oder aber - im Fall von Direktgeschäften - für vermittelte Geschäfte eine Provision erhält.

Dieses Szenario ist auch heute noch die häufigste Form des Markteintritts deutscher Unternehmen. Den Vorteilen dieser mit einem relativ geringen Aufwand verbundenen Form des Markteintritts stehen gegebenenfalls in der Praxis deutliche Nachteile gegenüber - in letzter Konsequenz die nicht vorhandene Möglichkeit, Abläufe, Prioritäten oder das Erreichen strategischer Ziele selber bestimmen bzw. beeinflussen zu können. Unbefriedigend können darüber hinaus Aspekte sein wie nicht verfügbare Kunden- / Marktinformationen etc. Der deutsche Lieferant bleibt im Prinzip „außen vor“, d.h. die eigentlich gewünschte Beziehung zum Markt kommt nicht zustande, ist aber in jedem Fall von der Kooperationsbereitschaft des indischen Vertreters abhängig.

HÄUFIGE PROBLEME

Doch in der Praxis beginnen die Probleme meistens viel früher: Häufig ist es die Auswahl eines letztendlich ungeeigneten Vertreters, z.B. weil er gar nicht die erforderliche Kompetenz und auch nicht den wirklichen Zugang zur Industrie bzw. den relevanten Entscheidern hat. So kann ein indischer Handelsvertreter durchaus z.B. einfache Drehbänke vertreiben, das heißt aber noch lange nicht, dass er dasselbe auch für modernste kundenspezifische Zerspanungsmaschinen tun kann. Im Premiumsegment gelten nun mal andere Regeln und Anforderungen. Und so verfliegt dann auch häufig sehr schnell Ihre und die anfängliche Euphorie des Handelsvertreters, wenn er in der Praxis dann feststellen muss, dass es doch

nicht so einfach ist, die hochmodernen, aber auch entsprechend teuren deutschen Hochleistungsprodukte an den Mann zu bringen. Ein anderes Problem, das wir ebenfalls häufig in der Praxis beobachten, ist das des „satten Vertreters“. Gemeint ist die Situation, in der ein Handelsvertreter nach einigen Jahren einen Geschäftsumfang erreicht hat, der ihm vollkommen ausreicht. Die Vertriebsanstrengungen lassen dann spürbar nach und Ihr Geschäft stagniert. Meist kommt dann noch hinzu, dass auch der Informationsfluss zur aktuellen und erwarteten Markt- und Wettbewerbssituation mehr oder weniger versiegt und irgendwann stellen Sie fest, dass Sie bzw. Ihr Geschäft von der Realität überholt worden ist. Appelle an den Vertreter, die Aktivitäten zu erhöhen, verlaufen zumeist im Sande, aber aus dem Vertretungsvertrag kommen Sie auch nicht so einfach raus – manchmal müssen Sie dafür richtig zahlen. Eine Empfehlung: Überprüfen Sie regelmäßig die Entwicklung Ihres Geschäftes in Indien und wenn Sie zu der Meinung kommen, dass eigentlich „mehr drin sein müsste“, sollten Sie keine Kompromisse eingehen, sondern eventuell auch eine eigenen Gesellschaft erwägen.

Auf eine typische Unart indischer Handelsvertreter möchten wir noch zu sprechen kommen: Das so genannte „Brand Hopping“, d.h. das Verwenden Ihrer Marke, um an weitere Marken heranzukommen. Zumeist ist man eher an den kurzfristigen Erfolgen orientiert und daher auch schnell bereit, sich Ihrem Konkurrenten zuzuwenden, wenn denn dort die Marge eben ein bisschen besser als bei Ihnen ist. Einige „besonders schwarze Schafe“ bemühen sich sogar intensiv um Sie, alleine um Ihre Marke und Ihre Reputation dazu zu verwenden, um an weitere attraktive Prinzipale herantreten zu können.

Zu guter Letzt sollten Sie noch wissen, dass in Indien Handelsvertreter nicht immer das beste Ansehen haben. Handelsvertreter werden von den Endkunden häufig als „Parasiten“ gesehen,



Die eigentlich gewünschte Beziehung zum Markt ist von der Kooperationsbereitschaft des indischen Vertreters abhängig.

die nicht wirklich etwas leisten, dafür aber das Produkt direkt teurer machen. Wenn Sie denken, dass Sie ohne einen Handelsvertreter keine Kunden in Indi-

en Datenbanken der Kammern und Verbände, verlässliche Aussagen über die Qualität der jeweiligen Interessenten erhalten Sie damit natürlich nicht.

In der Praxis beginnen die Probleme meistens viel früher: häufig ist es die Auswahl eines letztendlich ungeeigneten Vertreters.

EIN ENGAGEMENT IN INDIEN - SZENARIEN

- Direkte Exporte
- Handelsvertretung
- Lizenzvergabe
- Franchising
- Project / Liaison Office
- Niederlassung (Branch Office)
- Joint Venture / Beteiligungen
- Tochtergesellschaft (100%)

en ansprechen, irren Sie sich. Eine direkte Ansprache durch das deutsche Unternehmen ist oft viel wirksamer als die Ansprache durch einen Handelsvertreter. Leider ist es aber auch in der Praxis nicht einfach, den wirklich „guten“ Handelsvertreter zu finden.

ZUVERLÄSSIGKEIT

Sie werden zwar auf jeder Messe von dutzenden Indern angesprochen und weitere Adressen finden Sie in den

Hier hilft nur eine wirklich fundierte Recherche, die vom Umfeld des jeweiligen Industriesektors, über das in Frage kommende Unternehmen bis hin zu Empfehlungen durch wichtige Endabnehmer reichen sollte. Als durchaus hilfreich hat sich auch die Forderung erwiesen, vor Abschluss eines Vertretungsvertrages einen detaillierten Marktbericht sowie einen Aktionsplan einzufordern – hier trennt sich dann sehr schnell die Spreu vom Weizen!

Es ist immer wieder überraschend zu sehen, wie leichtfertig viele Deutsche Unternehmer in Indien einfach mit „irgendeinem“ Handelsvertreter eine Zusammenarbeit beginnen, ohne diesen vorher ausreichend sorgfältig bewertet zu haben. Bei einem Mißerfolg waren es mal wieder diese „schlitzhörnigen Indier“. Dass man selbst einen gehörigen Teil der Schuld mitträgt fällt dabei natürlich unter dem Tisch. ☹

Bildung in Indien

Bildung ist die Grundvoraussetzung für soziale und wirtschaftliche Entwicklung.

Welchen Stellenwert die Bildung in Indien hat und wie sich das Bildungswesen des Landes an die geänderten Anforderungen anpasst erläutert Prof. Dr. Pramod Talgeri im Interview mit sourcing_asia.

INTERVIEW: ESAD FAZLIC LOCAL GLOBAL

Warum sieht man in Indien das Thema Bildung als ein sehr wertvolles Gut an?

Traditionsgemäß hat man in Indien der Bildung per Se eine hohe Bedeutung beigemessen, da man von der Annahme ausging, dass die Bildung allein den Menschen in die höheren Sphären des Bewusstseins leitet. Schon der Ursprung der Vedas, einer der ersten Heiligen Schriften der Inder vor etwa 2000 Jahren vor Chr., deutet auf die Grundbefindlichkeit des Geistes hin, nämlich über den Bewusstseinsprozess des „Wissens“ zu reflektieren. Sogar das Wort Veda bedeutet Wissen und stammt von dem indogermanischen Wortstamm: wit + da, was im Altgotischen „Wissen“ bedeutet.

Verträgt sich das indische Bildungsideal mit den industriellen Anforderungen?

Das traditionelle klassische Bildungsideal, wie es immer in allen Hochkulturen der Fall gewesen ist, hat stets die Dichotomie zwischen Geist und Materie hervorgehoben und dabei die geistige Tätigkeit als höhere dem Geist entsprechende Aktivität bevorzugt. Das Handwerkliche, das nur Materielle, war zweitrangig. Aber mit der zunehmenden Industrialisierung, und vor allem der zunehmenden Motorisierung, (die ganze Automobilindustrie ist in Pune konzentriert) hat sich dies verändert. Im Zuge der Globalisierung der privaten Marktwirtschaft vollzieht sich derzeit ein Paradigmenwechsel. Das Handwerkliche, einst ohne hohes Ansehen, hat jetzt einen neuen Stellenwert bekommen. Der Beruf des Kfz-Mechanikers ist ein gesuchter Beruf. Im Zug der



© MICHAEL FOLEY PHOTOGRAPHY/FLICKR

„Es gibt in Indien zurzeit etwa 90 Millionen junge Inder, die sich im „hochschulfähigen“ Alter befinden. Das ist eine attraktive Marktlage für zahlreiche ausländische Hochschulen.“

Globalisierungstendenzen vollzieht sich gegenwärtig in Indien ein Übergang von den rein akademischen, geisteswissenschaftlich orientierten Interessen hin zu den naturwissenschaftlich-technologischen Prioritäten.

Welche Rolle spielt Bildung für die Unternehmen in Indien?

Für jedes progressive Unternehmen ist Bildung ein unentbehrlicher Faktor. Die Industrie benötigt hoch qualifiziertes und gut ausgebildetes Fachpersonal.

Die meisten indischen Studenten schließen ihr Hochschulstudium mit einem Bachelor-Grad ab, welcher ihnen eine theoretische Einsicht in den betreffenden Fachbereich vermittelt. Allerdings brauchen sie eine praxisorientierte Ausbildung, die ihnen in der Regel von der sie einstellenden Industrie zuteil wird.

Wie positionieren sich die indischen Hochschulen in Bezug auf die Anforderungen der Wirtschaft?

Seit geraumer Zeit hat sich die Lage an den indischen Hochschulen grundlegend verändert. Alle Kurse richten sich



jetzt nach den Bedürfnissen der Industrie, indem die Studenten ein Semester lang in einer Industrie/Management Firma eine Praktikantentätigkeit absolvieren müssen, bevor sie ihr Diplom erlangen. Neuerdings kommen selbst die Industriefirmen auf den Campus, um geeignete angehende Ingenieure oder Manager/Geschäftsführer, noch vor ihrem Studienabschluss durch ein Auswahlgespräch („Campus Inter-

Hochschulbehörde(University Grants Commission) hat jüngst eine neue Regelung für die internationalen Kooperationen der Universitäten verabschiedet. Dies wird sicherlich zu einer intensiven Zusammenarbeit zwischen indischen und ausländischen Universitäten beitragen. Schon jetzt hat die Universität Göttingen ihren indischen Campus auf dem Gelände der Pune-University eröffnet. ☉



Der Beruf des Kfz-Mechanikers ist mittlerweile ein gesuchter Beruf.

views“) auszuwählen. Die Reputation einer technischen Hochschule wird heutzutage daran gemessen, wie viele „Placement Interviews“ auf ihrem Campus stattgefunden haben.

Welche Rolle spielen internationale Kooperationen von Hochschulen und die Internationalisierung des Bildungswesens?

Es gibt in Indien zurzeit etwa 90 Millionen junge Inder, die sich im „hochschulfähigen“ Alter befinden. Das ist eine attraktive Marktlage für zahlreiche ausländische Hochschulen. Die indische

KONTAKT



Prof. Dr. Pramod Talgeri ist Rektor der neu gegründeten India International Multiversity, einer Privatumiversität in Pune. Ferner ist Prof. Talgeri derzeit Präsident des Indischen Deutschlehrerverbandes, InDaf und der Vize-Präsident der Goethe-Gesellschaft von Indien. India International Multiversity
www.multiversity.co.in
pramodtalgeri@yahoo.com



© SAAD AKHTAR/FLICKR

EXKURS: DAS BILDUNGSSYSTEM INDIENS

Bildung obliegt in Indien, ähnlich wie in Deutschland, der geteilten Kompetenz von Unionsstaaten und Zentralregierung. Das indische Bildungssystem ist daher gekennzeichnet von großen regionalen Unterschieden sowohl bei den Schulformen als auch in Qualität und Reichweite.

Prägend für das indische Bildungssystem ist die Koexistenz mehrerer Schulformen – staatliche, semi-staatliche und private Institutionen einerseits sowie formale und nicht formale Institutionen andererseits. Das Gesetz zum Recht auf Bildung, die Right to Education Bill von 2005, erhebt den Zugang zu kostenloser Bildung zu einem Grundrecht für jedes Kind im Alter von 6 bis 14 Jahren und schreibt acht Jahre Elementarbildung als verpflichtend vor. Die 9. und 10. Klasse bilden die Sekundarstufe, die 11. und 12. Klasse (higher secondary) entsprechen der Oberstufe. Der Abschluss der Oberstufe berechtigt zur Teilnahme an den Aufnahmeprüfungen der Universitäten und technischen Hochschulen.

Neben den beschriebenen Institutionen des formalen Bildungssystems gibt es das nicht-formale Bildungs-

system, das sich bis in den Hochschulbereich erstreckt. Nicht formale Institutionen staatlicher und privater Träger wie die etwa von Nichtregierungsorganisationen eingerichtete Abendschulen auf dem Land richten sich an Kinder und Jugendliche, denen aus verschiedenen Gründen – Erwerbstätigkeit, Arbeitsmigration der Familie oder Versorgung jüngerer Geschwister – der Besuch einer formalen Schule nicht möglich ist. Sie decken ebenfalls den Bereich Erwachsenenbildung ab, der in Indien aufgrund der hohen Zahl erwachsener Analphabeten große Bedeutung hat.

Daneben gibt es 215 Universitäten, die von den einzelnen Bundesstaaten betrieben werden und bundesstaatlicher Gesetzgebung unterliegen. Der seit den 90er Jahren rasant gestiegene Bedarf an höherer Bildung konnte aufgrund der Ressourcenknappheit nicht vom staatlichen Bildungssystem gedeckt werden. Die Folge war eine unkontrollierte Ausbreitung privater Institutionen, das Anlaufen von kostenpflichtigen Studiengängen vor allem in den technischen Bereichen an staatlichen Universitäten sowie der Ausbau von Fernstudiengängen. ☉

Startphase für Berufsausbildung

Nach siebenjähriger Aufbauarbeit hat die Daimler AG die Leitung der Berufsausbildung für das Werk Pune in Indien an die lokalen Verantwortlichen übergeben. Das Projekt in Indien ist auch Vorbild für andere Länder.



© DAIMLER AG

Voraussetzung für eine Ausbildung bei Daimler ist der erfolgreiche Abschluss an einer staatlichen Ingenieursschule.

Nach siebenjähriger Aufbauarbeit hat die Daimler AG die Leitung der Berufsausbildung für das Werk Pune in Indien an die lokalen Verantwortlichen übergeben. Acht Ausbilder und 200 indische Jugendliche wurden in diesem Zeitraum nach deutschem Vorbild qualifiziert. Die Zahl der Auszubildenden hat sich von 15 im Jahr 2002 auf 75 im Jahr 2009 vervielfacht. Bernd Weisschuh, verantwortlich für die Ausbildung im Ausland bei Daimler: „In den letzten Jahren haben wir die indischen Kollegen so umfassend qualifiziert, dass die Ausbildungsstätten jetzt von lokalen Fachkräften betrieben werden können. Das Projekt in Indien ist ein voller Erfolg und hat unsere Erwartungen übertroffen.

Seit 2006 werden neben den Spezialisten für Fahrzeugelektronik weitere Fachkräfte für allgemeine Wartungs- und Servicearbeiten ausgebildet. Hierfür wurde ein Pilotprojekt in ganz Indien initiiert.

Schon jetzt dient es in Südafrika und Malawi als Vorbild für weitere Ausbildungsaktivitäten.“

Das Ausbildungsengagement von Daimler in Indien begann im Jahre 2002. Ausgelöst von der erfolgreichen Entwicklung der Mercedes-Benz India Private Ltd. entstand auf dem Werksgelände im indischen Pune ein eigenes Training-Center für Kfz-Mecha-

troniker. Jedes Jahr beginnen hier 16 Auszubildende ihre Ausbildung. Die direkte Übernahme ausgebildeter indischer Fachkräfte war auf Grund des traditionell organisierten beruflichen Bildungswesens für Daimler nicht möglich. Vor allem in der Kfz-Technik entspricht die Ausbildung in Indien nicht dem modernen westlichen Standard. Der Schwerpunkt der Ausbildung liegt

mehr auf der Vermittlung theoretischer Inhalte als auf der praktischen Umsetzung. Unter diesen Voraussetzungen war eine Wartung der Fahrzeuge und Befriedigung der Kundenwünsche nicht zu gewährleisten. Deshalb wurde 2002 in Zusammenarbeit mit Ausbildungsexperten der Daimler AG und dem Centrum für internationale Migration (CIM) die notwendige Infrastruktur zur Qualifikation eigener Mitarbeiter aufgebaut. Daimler leistete dabei Hilfe zur Selbsthilfe. Die ersten Ausbilder wurden rekrutiert sowie fachlich und methodisch geschult. Im nächsten Schritt fand die Implementierung einer praxis- und handlungs-orientierten Berufsausbildung für Kfz-Mechatroniker statt.

Seit 2006 werden neben den Spezialisten für Fahrzeugelektronik weitere Fachkräfte für allgemeine Wartungs- und Servicearbeiten ausgebildet. Die bereits bestehende dreijährige schulische Ausbildung wurde durch eine einjährige, praxis- und handlungsorientierte Berufsausbildung erweitert. Hierfür stehen drei Ausbildungsräume zur Verfügung, die nach deutschem Vorbild ausgestattet wurden. Als Schulungsfahrzeug dient eine Mercedes-Benz E-Klasse. Mit Hilfe der modernsten Diagnoseinstrumente lernen die Azubis in einem für Indien einmalig praxisorientiertem Umfeld.

Voraussetzung für eine Ausbildung bei Daimler in Indien ist der erfolgreiche Abschluss an einer staatlichen Ingenieursschule. Die besten Absolventen werden von den Mercedes-Benz Händlerbetrieben landesweit rekrutiert. Die Ausbildung im Mercedes-Benz Werk in Pune wird durch Einsätze im jeweiligen Händlerbetrieb unterstützt. Dadurch werden theoretische Lerninhalte unmittelbar in der Praxis umgesetzt. ☉

Internationale Projekterfolge mit hochmotivierten Jungakademikern

Qualifiziert

Aus einem umfangreichen Bewerberpool rekrutieren Sie von uns vorausgewählte Nachwuchskräfte für Ihre Projektteams in den Wachstumsmärkten.

Hochmotiviert

Sie lernen dadurch hochmotivierte Mitarbeiter kennen: Management-Assistenten, die Ihr Unternehmen nach zwei Jahren gut kennen.

Praxisorientiert

Assistenten, die mit betriebs- und produktspezifischen Situationen bestens vertraut sind, transferieren aktuelles Wissen in Ihr Unternehmen.

Verstärkung für Ihr Auslandsgeschäft
www.steinbeis-msc.de

Education meets Business

EduBiz ist die neue Konferenz über Ausbildung, Qualifizierung und Personalentwicklung in international agierenden Unternehmen. Sie diskutiert die Folgen der Globalisierung und der demographischen Entwicklung und spricht gleichzeitig Personal- und Länderverantwortliche in Unternehmen, Bildungseinrichtungen und die Bildungspolitik an.

Eine neue Plattform für internationale Personalentwicklung hat 2010 Premiere – und zwar gleich dreifach. Die Konferenzveranstaltung gastiert auf der CeBIT, der Hannover Messe und bei der Global Connect in Stuttgart.

Bildungsinstitutionen und Anbieter präsentieren, was sie den international agierenden Firmen zu bieten haben: Konzepte, Lösungen für die Qualifizierung, die für den Aufbau von Ressourcen an ausländischen Standorten notwendig ist. EduBiz rückt im Web und in den Konferenzen Weiterbildung als an-

erkannten Schlüssel für den Erfolg von Unternehmen und Standorten im internationalen Wettbewerb in den Vordergrund.

CEBIT, HANNOVER: 2.-6. MÄRZ 2010

Das Rahmenprogramm auf dem Gemeinschaftsstand und die Flat World Conference am 3. März diskutieren Themen wie komparative Standortvorteile, Optimierung der Ressourcenallokation, Global Service Delivery – Modelle und hat einen Fokus auf Brasilien, Indien, China, Südosteuropa

HANNOVER MESSE, 23. APRIL 2010

Die Global Business & Markets diskutieren im Umfeld der neuen Mobilitäts-technologien und der Renewables das Thema „Neue Köpfe für neue Märkte.“

GLOBALCONNECT, STUTTGART, 27. OKTOBER 2010

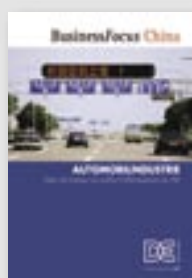
Im Umfeld der Außenwirtschaftsmesse GlobalConnect präsentiert EduBIZ in einer ganztägigen Konferenz und an einem Gemeinschaftsstand Lösungen für die Personalentwicklung und Qualifizierung im Ausland. ☉

KONTAKT

EduBiz 2010

Local global GmbH
Britta Schulze
schulze@localglobal.de
www.edubiz.eu

Let's manage your information overflow in China!



NEW RELEASE!

- ☐ BusinessFocus China – Automobilindustrie

2009
German
Pages 368
Price 480 RMB | 48 EUR
ISBN 978-3-940114-03-7



NEW RELEASE!

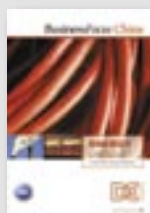
- ☐ BusinessFocus Taiwan Unternehmensgründung in Taiwan

2009
German
Pages 72
Price 400 RMB | 40 EUR
ISBN 978-3-940114-04-4



- ☐ BusinessFocus China Markteintritt

2008
German
Pages 320
Price 480 RMB | 48 EUR
ISBN 978-3-940114-01-3



- ☐ BusinessFocus China Energy

2007
English
Pages 280
Price 240 RMB | 24 EUR
ISBN 978-3-940114-00-6



- ☐ InfoGuide Germany 2009/1010

2009
Chinese
Pages 226
Price for free in China
ISBN 978-3-940114-05-1

NEW!



- ☐ InfoGuide Shanghai

2008
German
Pages 248
Price 170 RMB | 17 EUR
ISBN 978-3-940114-02-0



- ☐ BusinessForum China

Bimonthly
English
Price 6 EUR
www.bfchina.de

For further information, please contact: Ms. Tian Tian | E-Mail: tian.tian@sh.china.ahk.de | www.china.ahk.de | www.bfchina.de
German Industry and Commerce (Taicang) Co. Ltd. Shanghai Branch | 29/F POS Plaza | 1600 Century Avenue | Shanghai 200122 | P.R. China

Bestellung: www.localglobal.de/shop

Kooperation in der beruflichen Bildung

Deutschland gilt als ein Wunschpartner der indischen Regierung bei der Modernisierung der beruflichen Bildung des Landes. Zahlreiche Aktivitäten der vergangenen zwei Monate im Rahmen der deutsch-indischen Zusammenarbeit haben die Berufsbildungskooperation zwischen beiden Ländern entschieden voran gebracht.



Indien strebt eine Adaption und keine Adoption des deutschen dualen Systems an.



Am deutschen System bewundert Indien vor allem die industrienaher Ausbildung auf vertraglicher Basis.

Im August und September 2009 luden die beiden großen indischen Wirtschaftsverbände FICCI (Federation of Indian Chambers of Commerce & Industry) und CII (Conferederation of Indian Industries) zu ihren Berufsbildungsgipfeln ein, um sich in internationalen Expertenforen zu den ambitionierten indischen Zielen der „national skills development Strategies“ auszutauschen. Deutschland war bei beiden Konferenzen Partnerland.

Die permanente Kontaktpflege und der persönliche Austausch unter Kollegen sind die Basis für eine vertrauensvolle und langfristige Zusammenarbeit – das haben die letzten Monate gezeigt.

Bei der Messe Worlddidac India, die parallel zum CII-Gipfel stattfand, präsentierte sich Deutschland mit einem herausragend gestalteten Pavillon. 14 deutsche Unternehmen aus der Bil-

dungswirtschaft hatten dort eine gelungene Plattform, um mit Fachleuten, Vertriebsfirmen und Verantwortlichen aus Schule, Berufsbildung und Universitäten ins Gespräch zu kommen.

AMBITIONIERTE ZIELE

Wie in vielen anderen Ländern hat eine berufliche Ausbildung in Indien ein schlechtes Image in der Gesellschaft. Noch schwerer wiegt, dass das Land

Wie in vielen anderen Ländern hat eine berufliche Ausbildung in Indien ein schlechtes Image in der Gesellschaft.

bis heute keine berufsbildende Infrastruktur entwickelt hat, die für Schulabgänger eine echte attraktive Alternative zur akademischen Laufbahn

bieten könnte. Am deutschen System bewundert Indien vor allem die industrienaher Ausbildung auf vertraglicher Basis, die Durchlässigkeit beruflicher Entwicklungswege und die hohe Qualität industrieller Produktion. Indien strebt eine Adaption und keine Adoption des deutschen dualen Systems an – ein eins zu eins Transfer kann nicht gelingen – darin sind sich die Fachleute in allen Gremien einig.

Die indische Regierung macht darüber hinaus deutlich, dass es die „human dividend“ des Landes möglich machen wird, den zukünftigen Bedarf an qualifiziertem Personal in den klassischen Industrieländern mit Inderninnen und Indern zu decken. Die weiteren gemeinsamen deutsch-indischen Aktivitäten werden einen wichtigen Beitrag leisten, das siebtgrößte Land der Erde mit seiner weit über eine Milliarde Menschen in seinen Zielen voran zu bringen. ☉

KONTAKT

iMOVE
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn
info@imove-germany.de
www.imove-germany.de



© FOTOS: KNIESTPHOTOGRAPHY

Asien in der Hauptstadt

Unter dem Motto „Asien-Pazifik: Partner für eine gemeinsame Zukunft“ fanden die Asien-Pazifik-Wochen vom 7. bis 18.10. bereits zum siebten Mal in Berlin statt. Im Mittelpunkt des diesjährigen Programms standen die Zukunftsthemen „Mobilität“ und „Energie“.

Auf Initiative des Regierenden Bürgermeisters von Berlin wurde die Veranstaltungsreihe 1997 ins Leben gerufen, um die deutsche Hauptstadt als „Tor nach Asien“ zu etablieren. Dieses Bestreben ist gerade im Hinblick auf globale Herausforderungen wie Ressourcenknappheit und Klimaschutz von besonderer Relevanz. Mit zahlreichen Konferenzen, Symposien, Ausstellungen und Performances haben sich die Asien-Pazifik-Wochen als das wichtigste europäische Forum dieser Art etabliert. Bei den Asien-Pazifik

Wochen 2009 standen die Zukunftsthemen „Mobilität“ und „Energie“ im Mittelpunkt des Veranstaltungsprogramms. Im Rahmen des Wirtschafts- und Wissenschaftsprogramms fanden die Fachkonferenzen „Globale Mobilität“ und „Energie für die Zukunft“ im Berliner Rathaus statt.

Daimler war auch 2009 wieder Hauptsponsor der Asien-Pazifik-Wochen. Damit dokumentiert das Unternehmen sein nachhaltiges Interesse an diesem Wirtschaftsraum, in dem Daimler durch vielfältige Kooperationen ver-

treten ist. „Mit den Asien-Pazifik-Wochen hat das Land Berlin ein Forum für den politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Dialog geschaffen, das inzwischen weltweit auf großes Interesse stößt“, so Martin Jäger, Leiter des Bereichs Politik und Außenbeziehungen und Hauptstadtrepräsentant der Daimler AG.

Die diesjährigen Asien-Pazifik-Wochen standen unter dem Motto „Asien-Pazifik: Partner für eine gemeinsame Zukunft“ und setzten dabei auf die Themenschwerpunkte Mobilität und En-

ergie. Als eines der weltweit führenden Automobilunternehmen hat Daimler ein besonderes Interesse an der Förderung von Konzepten für eine nachhaltige Mobilität, insbesondere auch in den urbanen Wachstumsregionen Asiens. Aus diesem Grund hat Daimler sich entschieden, das Thema nachhaltige, urbane Mobilität ins Zentrum seiner Aktivitäten bei den vom Berliner Senat veranstalteten Asien-Pazifik-Wochen zu stellen.

Im Rahmen der gemeinsam vom Asien Pazifik Forum (APFB) und Daimler



initiierten Gesprächsreihe „Debating Asia“ fand am 9. Oktober ein Symposium zum Thema „Sustainable Mobility in Urban Regions - A Comparison between China, the United States and Germany“ statt, das gemeinsam von Daimler, Berlin Partner GmbH und APFB veranstaltet wurde. Das Symposium war Teil der Fachkonferenzen „Globale Mobilität“ und „Energie für die Zukunft“, die vom 8. bis 10. Oktober im Berliner Rathaus stattfanden. Drei Tage lang tauschten sich internationale Experten aus China, Deutschland

Die diesjährigen Asien-Pazifik-Wochen standen unter dem Motto „Asien-Pazifik: Partner für eine gemeinsame Zukunft“ und setzen auf die Themen Mobilität und Energie.

und den USA zu Themen wie nachhaltige Transportmöglichkeiten, innovative Verkehrskonzepte und energieeffiziente Bauweisen aus. Dabei sollen erste Erfahrungen mit neuen Ansätzen, wie z.B. Carsharing und Elektromobilität, dargestellt und diskutiert werden.

Unter den Konferenzteilnehmern waren renommierte Namen wie Prof. Shi Dinghuan (Vorsitzender vom Chinesischen Dachverband erneuerbarer Energien), Raja Segaran (Sr. Vice President – Europe & United Kingdom, Jet Airways) oder Sheng-Wei Wang (Chief Secretat-

INFO

Die Asien-Pazifik-Wochen (APW) finden auf Initiative des Regierenden Bürgermeisters alle zwei Jahre statt. Als strategische Partner unterstützen den Regierenden Bürgermeister die Berlin Partner GmbH in Zusammenarbeit mit dem Asien-Pazifik-Forum Berlin e.V.



Asien-Pazifik-Wochen

Berliner Rathaus

Jüdenstr. 1

D-10178 Berlin

Tel: +49 (0)30 9026 2239

apw@senatskanzlei.berlin.de

www.apwberlin.de

ry Taipei City Department of Transportation). Die Podiumsdiskussion „Asiens Urbane Zukunft“, die Konferenz „Indien: Aufschwung trotz Krise“ und der indonesische Wirtschaftstag stellten nur einige Highlights des Wirtschafts- und Wissenschaftsprogramms dar. Mit mehr als 150 Veranstaltungen in den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur und rund 20 000 Besuchern präsentierte sich die deutsche Hauptstadt erneut als ein europaweit einzigartiges Dialogforum.

„Die Asien-Pazifik-Wochen Berlin 2009 waren ein Erfolg“, erklärt Klaus Wowereit. „Tausende Wissenschaftler, Manager und Künstler aus Europa, Asien und dem pazifischen Raum haben sich in unserer Stadt getroffen und ausgetauscht. Die APW gehen zu Ende, aber das Tor nach Asien steht weiter in Berlin, und es ist weit geöffnet!“

Im Haus der Kulturen der Welt fanden die siebten Asien-Pazifik-Wochen ihren diesjährigen Abschluss mit einer extravaganen Modeschau, sowie einem Konzert des britischen Avantgarde-Künstlers Talvin Singh. ☺

Boom im Getränkemarkt

Die Messe München und die Messe Düsseldorf bündeln ihr Know-how für die Verpackungsbranche in einem der wichtigsten Wachstumsmärkte. Hierzu gehört auch die boomende Getränke- und Verpackungsindustrie Indiens.

Die drink technology India und die International PackTech India finden künftig unter einem Dach statt. Gemeinsamer Austragungsort ist vom 18. bis 20. November 2010 das Bombay Exhibition Center in Mumbai. Die Messe München GmbH und die Messe Düsseldorf GmbH unterzeichneten als Veranstalter der beiden Fachmessen eine entsprechende Kooperation.

Durch die Kooperation entsteht aus Sicht der beiden Messegesellschaften eine gemeinsame große Plattform für Verpackungslösungen. Alle Industriezweige, die für ihre Produkte geeignete

Verpackungen suchen, finden auf der drink technology India wie auch auf der International PackTech India passende Angebote. Übergeordnetes Ziel der Zusammenarbeit ist die erfolgreiche Etablierung einer indischen Handelsplattform für die Kunden aus der Verpackungs- sowie Getränke- und Li-

quid Food Industrie. Die beiden Veranstaltungen sprechen Fachbesucher aus Indien und den angrenzenden Regionen an. Veranstalter der drink technology India, Internationale Fachmesse für die Getränke- und Liquid Food Technology, ist die Messe München GmbH; für die International PackTech

India, Internationale Fachmesse und Konferenz für die Verpackungs- und verpackungsverarbeitende Industrie, zeichnet die Messe Düsseldorf GmbH gemeinsam mit ihrer Tochtergesellschaft Messe Düsseldorf India Pvt. Ltd. verantwortlich.

MODERNE VERPACKUNGEN BELIEBT

Die große Zahl junger Menschen (Durchschnittsalter ist 25 Jahre) und ihre Begeisterung für einen westlichen Lebensstil, machen Indien mit seiner Bevölkerung von 1,13 Mrd. Menschen zu einem aussichtsreichen Absatzmarkt. Hierzu trägt auch die stetig wachsende, konsumfreudige und kaufkräftige Mittelschicht (je nach Schätzung zwischen 50 und 150 Mio.) bei, die bis 2025 um den Faktor zehn zunehmen soll. Diese lässt die Nachfrage nach verarbeiteten und hygienisch verpackten Lebensmitteln steigen, ebenso veränderte Haushalts- und Lebensgewohnheiten sowie der Wandel im organisierten Einzelhandel mit der zunehmenden Verbreitung von Super- und Hypermärkten westlicher Prägung. Das Potential in der indischen Verpackungsindustrie ist groß: beträgt der Pro-Kopf-Verbrauch an Verpackungen in Indien gerade einmal 15 US\$. Weltweit sind es durchschnittlich 100 US\$. Das Marktvolumen der Verpackungs-

Indien ist auch für die Getränkeindustrie ein boomender Markt. Schon heute entfallen etwa zehn Prozent des weltweiten Getränkekonsums auf Indien.



© MESSE DÜSSELDORF

- Indiens Getränkeindustrie verzeichnet ein kontinuierliches Wachstum. Die große Zahl junger Menschen und ihre Begeisterung für einen westlichen Lebensstil, machen Indien mit seiner Bevölkerung von 1,13 Mrd. Menschen zu einem aussichtsreichen Absatzmarkt.

Industrie legte durchschnittlich um 15 Prozent pro Jahr zu und soll in den nächsten Jahren auf 22 bis 25 Prozent pro Jahr steigen. Impulse kommen von der steigenden Nachfrage nach Nahrungsmitteln, Getränken und Konsumgütern des täglichen Bedarfs. Auch nimmt die Verpackungsvielfalt wie Minis, Multi- und Familypacks zu und damit der Bedarf an modernen Verpackungsmaschinen.

BOOMENDE GETRÄNKEINDUSTRIE

Indien ist auch für die Getränkeindustrie ein boomender Markt. Schon heute entfallen etwa zehn Prozent des weltweiten Getränkekonsums auf Indien. Das Land hat somit nach den USA und China den drittstärksten Getränkeverbrauch. Damit jedoch längst nicht genug: Marktanalysen zufolge steigt der Absatz von Getränken in Indien bis 2012 – ausgehend vom Jahr 2008 – um über 60 Prozent. Da Indien (noch) ein Land der Tee- und Kaffee-Trinker ist, haben abgefüllte Kaltgetränke enormes Potential. Abgefülltes Wasser, Bier, Spirituosen und kohlenensäurehaltige Drinks verzeichnen zum Teil hohe zweistellige Zuwachsraten. Insgesamt soll sich der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch von abgefüllten Getränken bis zum Jahr 2012 verdreifachen (von 2,6 Liter im Jahr 2000 auf 8,7 Liter im Jahr 2012).

Auch steigt die Nachfrage nach Milch und Milchgetränken. Indien ist weltweit sowohl der größte Milchproduzent wie auch Konsument, ist Milch doch ist ein wesentlicher Bestandteil der indischen Ernährung. In den letzten vier Jahren ist der Verbrauch von Milch und Milchgetränken um durchschnittlich 2,7 Prozent pro Jahr gestiegen, wobei der überwiegende Anteil (65 Prozent) „lose“ bzw. unverpackt verkauft wird. Der Anteil abgefüllter Milch sowie Milchprodukte nimmt jedoch zu. So verzeichnete in den vergangenen vier Jahren die Nachfrage nach in Beuteln abgefüllter Milch eine jährliche Zuwachsrate von 4,5 Prozent, und in Getränkekartons von rund 25 Prozent.

Der steigende Konsum erfordert entsprechende Investitionen auf Seiten



Bereits in der Vergangenheit bot die drink technology india eine ideale Plattform, um in diesem interessanten Markt Fuß zu fassen oder bereits bestehende Kontakte zu pflegen bzw. weiter auszubauen.

der Getränke- und Lebensmittelindustrie. Anlagen und Maschinenparks müssen modernisiert bzw. aufgebaut werden, wobei man gerne auf westliches Know How zurückgreift.

Indien ist nach China der wichtigste Absatzmarkt für Verpackungsmaschinen in Asien. Das Land importierte im vergangenen Jahr Maschinen im Volumen von rund 290 Mio. US\$. Hauptlieferanten sind Deutschland und Italien, doch asiatische Lieferanten wie China und Taiwan holen auf.

Im Land selbst gibt es etwa 600 bis 700 Unternehmen, die Verpackungsmaschinen herstellen. Der Sektor ist sehr stark fragmentiert und 95 Prozent dieser Hersteller sind Klein- und Kleinstbetriebe.

DEUTSCHE MESSEBETEILIGUNG

Für deutsche Unternehmen, die in diesem interessanten Markt Fuß fas-

sen oder bestehende Kontakte weiter ausbauen wollen, bieten drink technology India und International PackTech India 2010 die idealen Plattformen zur Präsentation ihrer Produkte und Dienstleistungen. Dabei kommt den Unternehmen zugute, dass das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie die International PackTech India 2010 in das Auslandsmesseprogramm aufgenommen hat und so die Unternehmen bei ihren Marktaktivitäten unterstützt.

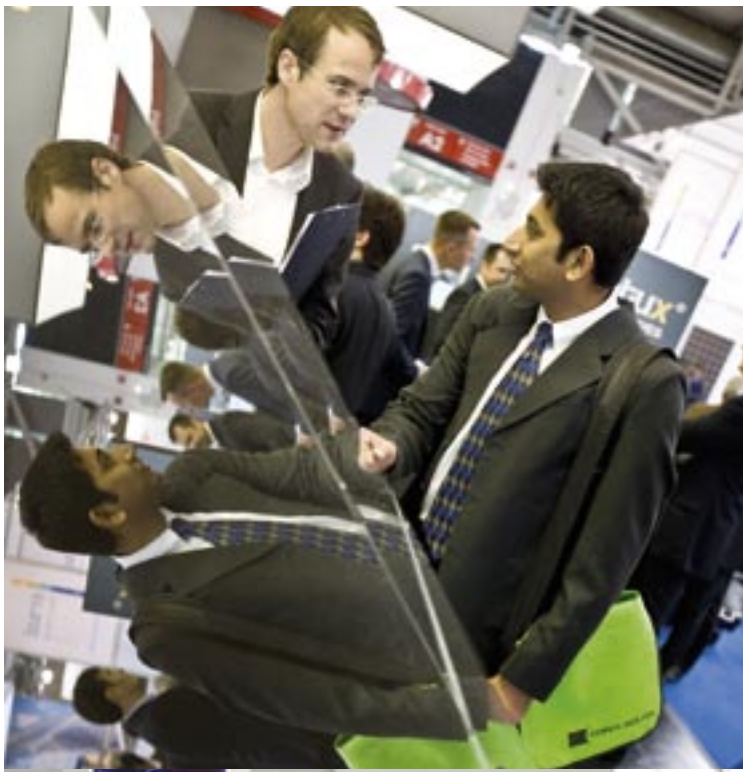
Das moderne Bombay Exhibition Center in Indiens größter Stadt Mumbai, aber auch die professionelle Hilfe durch die erfahrenen Organisatoren Messe München GmbH und Messe Düsseldorf GmbH sowie ihrer Partner vor Ort sorgen für einen reibungslosen Ablauf vor, während und nach der Messe. Beide Messeveranstalter schöpfen aus dem breiten Erfahrungsschatz,



den sie während der mehrfachen Ausrichtung ihrer Einzelveranstaltungen in Indien in den vergangenen Jahren machen konnten. ☺

INFO

Informationen zu den Veranstaltungen in Mumbai:
www.packtech-india.com
www.drinktechnology-india.com



© SOLAR PROMOTION GMBH

Solarpremiere in Indien

Intersolar India startet mit hochkarätigem Konferenzprogramm. In Kooperation mit der SOLARCON® India präsentiert sich die Intersolar India vom 9. bis zum 11. November 2009 zum ersten Mal als führende Konferenz für Photovoltaik in Hyderabad, Indien.

In Kooperation mit der SOLARCON® India präsentiert sich die Intersolar India vom 9. bis zum 11. November 2009 zum ersten Mal als führende Konferenz für Photovoltaik in Hyderabad, Indien. Rund 50 renommierte Experten sprechen in 12 Sessions über aktuelle Trends und neue Märkte der internationalen Photovoltaikbranche. Zusätzliche Fachvorträge und Workshops bieten Platz für Diskussionen. Themenschwerpunkt der Veranstaltung ist die Entwicklung des indischen Solarmarkts. Die Solarbranche im Sonnenstaat Indien befindet sich auf Wachstumskurs. Bereits im November werden die Inhalte der „National Solar-Mission“ des Ministeriums für neue und erneuerbare Energien (MNRE) veröffentlicht. Der Plan der indischen Regierung ist ehrgeizig: bis zum Jahr 2020 soll die Leistung der indischen Solaranlagen von aktuell 2,1 Megawatt (MW) auf insgesamt 20 Gigawatt (GW) ausgebaut werden. Dabei setzt Indien sowohl auf Photovoltaik-Anlagen als auch auf solarthermische Kraftwerke. Die Kosten für die Solar-Offensive in den nächsten 30 Jahren schätzt die Regierung auf rund 20 Mrd. US-Dollar. Eine Erhöhung der Steuern auf die bisher stark subventionierten Energieträger Benzin und Diesel soll die Solar-Mission finanzieren.

HOCHKARÄTIGE EXPERTEN

Vor dem Hintergrund der Entwicklungen auf dem indischen Solarmarkt trifft sich die internationale Photovoltaikbranche vom 9. bis zum 11. November 2009 zum ersten Mal im International Convention Centre in Hyderabad, Indien. Etwa 50 internationale Experten sind geladen um, neben der indischen National Solar Mission, über die Bedeutung politischer, medialer und technologischer Einflüsse auf die Branchentwicklung zu sprechen. Aber auch Themen am Schnittpunkt von Umweltpolitik und Technologien werden beleuchtet, ebenso wie Produktneuheiten und innovative Anwendungsbeispiele. Die Keynote am ersten Tag der Veranstaltung hält Prof. Dr. Eicke Weber, Direktor des Fraunhofer Instituts für So-

lare Energiesysteme (ISE) in Freiburg im Breisgau. Unter anderem wird Dr. Murray Cameron, Vizepräsident der European Photovoltaic Industry Association (EPIA) und COO der Phoenix Solar AG den Teilnehmern eine Einschätzung der europäischen PV-Politik aus Sicht der EPIA geben. Neuerungen auf dem Gebiet der PV-Wechselrichter Technologien werden von Professor Dr. Bruno Burger, Leiter der Gruppe Leistungselektronik am Fraunhofer ISE, beleuchtet. Weitere Teilnehmer auf den Podien sind Debashish Majumdar, Chairman & Managing Director, Indian Renewable Energy Development Agency; K. Subramanya, CEO, Tata BP Solar; G. Rajeswaran, CTO, Moser Baer Photovoltaic; Dr. Charlie Gay, President, Solar Business, Applied Materials und Prof. Peter Adelman, Hochschule Ulm. Das dreitägige Konferenzprogramm wird von einer Ausstellung mit rund 50 Ausstellern ergänzt, die ab 2010 stark ausgebaut werden soll.

KOOPERATIONSPROJEKT

Ebenso wie die Intersolar North America wird die Intersolar India gemeinsam von der Solar Promotion International GmbH und der Freiburg Management und Marketing International GmbH (FMMI) veranstaltet. Die SOLARCON® India wird von der PV-Group veranstaltet. Die PV-Group ist eine Initiative der SEMI, dem internationalen Verband der Halbleiter- und Photovoltaik-Industrie. Die SOLARCON® India und die Intersolar India werden von den führenden indischen Solarunternehmen unterstützt. ☉

INFO

Die internationale Fachmesse Intersolar in München ist die weltweit größte Fachmesse für Solartechnik und wird seit dem Jahr 2000 von der Solar Promotion GmbH, Pforzheim in Kooperation mit der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG veranstaltet. www.intersolar.in



© MESSE FRANKFURT

Automechanika Shanghai 2009

Die fünfte Automechanika Shanghai wird vom 9. bis 11. Dezember 2009 im Shanghai New International Expo Centre, China, stattfinden. Führende Hersteller von Reparatur und Wartungsgeräten haben ihre Teilnahme angemeldet.

Bis jetzt hat die Messe bereits über 1.800 Aussteller aus 17 Ländern und Regionen – Brasilien, China, Deutschland, Hongkong, Indien, Indonesien, Italien, Japan, Korea, Malaysia, den Niederlanden, Singapur, Spanien, Taiwan, Türkei, Großbritannien und den Vereinigten Staaten – angezogen. Die Ausstellungsfläche wird fast 100.000 Quadratmeter betragen, um die erwartete Rekordzahl von über 2.000 Ausstellern unterzubringen. Automechanika Shanghai, die führende Fachmesse für Autozubehör, -komponenten und -ausstattung in Asien, wird weiterhin sowohl von internationalen Wirtschaftsverbänden als auch von einheimischen und internationalen Unternehmen kräftig unterstützt.

FÜHRENDE HERSTELLER

Acht Pavillons aus der ganzen Welt – Deutschland, Korea, Malaysia, Singapur, Taiwan, Spanien, Großbritannien und den Vereinigten Staaten – haben

sich bereits für die Messe angekündigt. Unter den Ausstellern sind viele führende einheimische und internationale Hersteller von Kundendienstausstattung. Dazu gehören beispielsweise Corghi, Dali-Equipment, Ever-Eternal, JinHua Industrial Group, Launch Tech, MAXIMA und Snap-on.

Um den Bereich Kundendienstausstattung zu unterstützen, wird die 3. Automobile Maintenance Equipment Dealer Convention gleichzeitig mit der Automechanika Shanghai stattfinden. Die diesjährige Tagung wird von fünf Fachverbänden der chinesischen Automobilwerkstattbranche organisiert und unterstützt. Sie wird den Besuch bei einer Anlagenfabrik und verschiedene fachliche Foren, die von bekannten Branchenführern präsentiert werden, beinhalten. Die Tagung wird den Teilnehmern auch die Möglichkeit bieten, Kontakte mit internationalen Fachverbänden zu knüpfen. Das Ereignis zog

im Vorjahr fast 300 chinesische Händler für Werkstatt- und Kundendienstausstattung an.

FLORIERENDE AUTOVERKÄUFE

Analytiker bei JP Morgan glauben, dass China sich am Beginn eines weiteren Booms bei Autoverkäufen befindet, der durch die steigenden Einkommen in kleineren Städten wie Xian und Chengdu stimuliert wird. Der Werkstatt- und Kundendienstmarkt wird auch durch einen Anstieg bei den Autokäufen angekurbelt. Laut des chinesischen Verbands der Automobilhersteller (China Association of Automobile Manufacturers – CAAM) haben die Produktion und der Verkauf von Autos in China in der ersten Hälfte dieses Jahres einen Halbjahreshöchststand erreicht. Zwischen Januar und Juni wurden in China über sechs Millionen Fahrzeuge verkauft, eine Steigerung von über 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im gleichen Zeit-

raum wurden fast sechs Millionen Fahrzeuge produziert, eine Steigerung von über 15 Prozent zum Vorjahr. Die Steigerungen werden einer Reihe staatlicher Konjunkturmaßnahmen zugeschrieben, die das Ziel hatten, den einheimischen Konsum anzuregen. CAAM prophezeit, dass in China in der zweiten Hälfte des Jahres 2009 über 11 Millionen Fahrzeuge verkauft werden könnten. Dies entspräche einer Erhöhung gegenüber der im April getätigten Vorhersage, welche damals von 10 Millionen verkauften Fahrzeugen gesprochen hatte. ☺

INFO

Automechanika Shanghai ist eine von 13 Automechanika Messen weltweit in Asien, Europa, Nordamerika, Südamerika und Afrika.
www.automechanika-shanghai.com

Messen in Asien: Die kommenden Events

Datum	Land/Ort Titel
Dezember 09	Indien/Pune ALUCAST
Dezember 09	China (VR)/Tianjin ConsTex - China International Steel Construction Expo
Dezember 09	Indien/Mumbai (Bombay) ENTECH INDIA - South Asia's Premier Exhibition & Conference
Dezember 09	Indien/New Delhi IFE India - Food & Drink Show
Dezember 09	Indien/New Delhi Inframedica - International Exhibition & Conference
Dezember 09	China (VR)/Hongkong/SVR 3G World - Mobility World Congress & Exhibition
Dezember 09	Vietnam/Ho-Chi-Minh-Stadt AUTOWORLD Vietnam - Auto & Autoparts
Dezember 09	Vietnam/Hanoi Vietnam Aviation Conference & Expo including Airport
Dezember 09	Vietnam/Hanoi Vietnam Coal & Mining Expo
Dezember 09	Vietnam/Hanoi Vietnam Logistics & Transport Expo & Conference
01.12.-04.12.09	Singapur/Singapur CIA - ControlsAsia, InstrumentAsia, AnaLabAsia
01.12.-04.12.09	Vietnam/Hanoi Con-Build Vietnam - Building Material Machines, Construction
01.12.-04.12.09	Singapur/Singapur EnviroAsia - Environmental Management & Recycling
01.12.-03.12.09	China (VR)/Foshan IPM China - International Plants Expo
01.12.-05.12.09	Malaysia/Langkawi LIMA - Langkawi International Maritime Exhibition
01.12.-04.12.09	China (VR)/Shanghai MARINTEC CHINA - International Maritime Conference
01.12.-03.12.09	Indien/New Delhi Professional Beauty & Fitness India - Beauty Products
02.12.-04.12.09	Indien/New Delhi GLASSPEX INDIA - Production, Processing, Products
02.12.-05.12.09	China (VR)/Hongkong/SVR IDT Expo - Inno Design Tech Expo - Innovation, Technology

02.12.-04.12.09	Japan/Tokyo IFFT - interiorlifestyle living
02.12.-05.12.09	Indonesien/Jakarta MANUFACTURING INDONESIA - Machinery, Equipment
02.12.-05.12.09	Indonesien/Jakarta Machine Tool Indonesia
02.12.-05.12.09	Indonesien/Jakarta PROPAK Indonesia - International Food Processing
02.12.-05.12.09	Indonesien/Jakarta Plastics and Rubber Indonesia
02.12.-04.12.09	Japan/Chiba/Tokyo SEMICON Japan - Fachmesse für Halbleitertechnik
02.12.-05.12.09	Vietnam/Hanoi VIETNAM MEDI-PHARM EXPO - Medical Exhibition
03.12.-05.12.09	Indien/Mumbai (Bombay) Constru India - Fachmesse für Bauingenieurwesen
03.12.-05.12.09	Indien/New Delhi India Telecom
04.12.-07.12.09	Indien/New Delhi PAPEREX - International Trade Fair on Pulp Paper Products
09.12.-11.12.09	China (VR)/Shanghai Automechanika Shanghai
09.12.-11.12.09	Indien/Mumbai (Bombay) CITYSCAPE India - International Property Investment
09.12.-11.12.09	China (VR)/Shanghai IPB - International Powder/Bulk Conference & Exhibition
09.12.-11.12.09	China (VR)/Shanghai LABELEXPO CHINA - Fachmesse für die Etikettenindustrie
10.12.-13.12.09	Indien/Mumbai (Bombay) CeMAT India - International Trade Fair for Intralogistics
10.12.-13.12.09	Indien/Mumbai (Bombay) Energy INDIA - Renewable & Conventional Power Generation
10.12.-13.12.09	Indien/Mumbai (Bombay) MDA INDIA - Motion, Drive and Automation
11.12.-13.12.09	Indien/New Delhi Medifest - Medical and Healthcare Exhibition
16.12.-19.12.09	Japan/Yokohama SIGGRAPH ASIA - Computer Graphics & Interactive Technique
20.12.-22.12.09	Indien/Mumbai (Bombay) IIHT - India International Hardware & Tools Expo

Detailinformationen unter www.auma-messen.de

Asien: Veranstaltungen zur Außenwirtschaft

Starttermin	Endtermin	Ort	Thema	Veranstalter
01.12.2009	03.12.2009	Foshan	IPM China - International Plants Expo	Bundesmessebeteiligung
01.12.2009	04.12.2009	Shanghai	MARINTEC CHINA - International Maritime Conference	Bundesmessebeteiligung
01.12.2009	04.12.2009	Shanghai	Marintec China 2009	Schleswig Holstein
01.12.2009		Hannover	Personalmanagement in Indien	IHK Hannover
01.12.2009	03.12.2009	New Delhi	Professional Beauty & Fitness India - International Exhibition	Bundesmessebeteiligung
01.12.2009	04.12.2009	Singapur	Messen CIA + ENVIRO ASIA 2009	Baden Wuerttemberg
01.12.2009	04.12.2009	Hanoi	Con-Build Vietnam	Bundesmessebeteiligung
02.12.2009	04.12.2009	Chiba / Tokio	SEMICON Japan - Fachmesse für Halbleitertechnik	Bundesmessebeteiligung
05.12.2009	11.12.2009	Ho-Chi- Minh-Stadt, Bangkok, Phnom Penh	Beschaffungsreise mit Schwerpunkt Konsumgüter nach Vietnam, Thailand und Kambodscha	IHK Stuttgart
08.12.2009	09.12.2009	Hamburg, Berlin	Deutsch-Chinesische Kooperationstreffen mit einer Wirtschaftsdelegation aus Luoyang	BMW
09.12.2009		Hannover	Gesprächskreis China	IHK Hannover
09.12.2009	11.12.2009	Shanghai	Automechanika Shanghai	Bundesmessebeteiligung
10.12.2009	13.12.2009	Mumbai	Industrial Automation INDIA	Bundesmessebeteiligung
10.12.2009	13.12.2009	Mumbai	MDA India, CeMAT India, IA India und Energy India	Rheinland Pfalz
06.01.2010	13.01.2010	New Delhi	AUTO EXPO Indian Automotive Industry Exhibition	Bundesmessebeteiligung
18.01.2010	23.01.2010	Delhi, Mumbai, Bangalore	Delegationsreise nach Indien	AHK
18.01.2010	23.01.2010	Mumbai, Bangalore	Unternehmerreise nach Indien	Bayern
20.01.2010	24.01.2010	Mumbai	ELECHEMA International Exhibition on Electrical	Bundesmessebeteiligung
21.01.2010	26.01.2010	Bangalore	IMTEX Forming - International Forming Technology Exhibition	Baden Wuerttemberg
27.01.2010	30.01.2010	Tokio	IJT International Jewellery Tokyo	Bundesmessebeteiligung
30.01.2010	07.02.2010	New Delhi	New Delhi World Book Fair	Bundesmessebeteiligung
31.01.2010	03.02.2010	Chennai (Madras)	IILF - India International Leather Fair	Bundesmessebeteiligung
02.02.2010	07.02.2010	Singapur	Singapore Airshow 2010	BDLI
10.02.2010	12.02.2010	Mumbai	SCHWEISSEN & SCHNEIDEN INDIA	Bundesmessebeteiligung
17.02.2010	19.02.2010	Tokio	nano tech International Nanotechnology Exhibition	Bundesmessebeteiligung
19.02.2010	23.02.2010	Hongkong	HKTDC Hong Kong International Jewellery Show	Bundesmessebeteiligung
25.02.2010	28.02.2010	Hongkong	HKIFFF International Fur and Fashion Fair	Bundesmessebeteiligung
02.03.2010	05.03.2010	Tokio	Foodex	BMELV
04.03.2010	08.03.2010	Bangalore	Indiawood Internationale Fachmesse für Holzbearbeitungsmaschinen und Fertigungszubehör	Bundesmessebeteiligung
09.03.2010	11.03.2010	Pune	Renewtech India	Bundesmessebeteiligung



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

Made for Japan



Global ausgelieferte Produkte brauchen globale Kommunikation. Ein Produkt ist nur so gut wie dies der Nutzer, Anwender, Konsument nachempfindet. In den global agierenden Unternehmen ist darum in den letzten Jahren ein neues internationales Tätigkeitsfeld entstanden: Die international ausgerichtete Technische Kommunikation. Lokalisierung, rationelle Übersetzung, neue Technologien für die Multilingualität im Unternehmen - dieses Themenfeld organisiert der Verband tekom e.V., Europas größter Fachverband für Technische Kommunikation und Informationsentwicklung. Seine jährliche Konferenz - die tc world - ist der Treffpunkt für Anbieter und Nutzer von technischer und Produkt-Kommunikation. Die Konferenz befasst sich mit den neuen und spannenden Aufgaben, die bei der Internationalisie-

rung von Produkten bei gleichzeitiger Weiterentwicklung der Kommunikationstechnologie in und durch das Web entstehen.

TECHNISCHE KOMMUNIKATION IN ASIEN

Erstmals organisiert die tekom 2009 in Zusammenarbeit mit seinen Partnerverbänden aus Japan, Korea, China und Indien eine Veranstaltungsreihe zur technischen Kommunikation in Asien. Ein Themenschwerpunkt ist dabei das internationale Management von



Technischer Kommunikation, auf das wir in der nächsten Ausgabe mit einem Special zum Thema Lokalisierung einen genaueren Blick werfen. Zudem dokumentiert sourcing_asia einige der Praxisbeispiele für gelungene Produktkommunikation in Asien. ☺ www.tekom.de

Industrieeinkauf von Hardware



Vom **28. Februar bis 3. März 2010** öffnet in Köln die „INTERNATIONALE EISENWARENMESSE KÖLN“ und präsentiert Fachbesuchern aus aller Welt die ganze Bandbreite der Hardware-Kompetenz.

In der nächsten Ausgabe präsentieren wir unseren Lesern ein ausführlicheres Portrait über die globale Leitmesse für Hardware, welche durch einen hohen Anteil internationaler Besucher und Aussteller ge-

kennzeichnet ist. Eine Podiumsdiskussion, an der die Redaktion von sourcing_asia mitwirkt, befasst sich am 2. März 2010 auf der Eisenwarenmess mit dem Thema „Industrieeinkauf von Hardware - für und nach der Krise“. Praktiker aus der Industrie und dem Handel diskutieren dabei die Folgen und Lehren aus der Wirtschaftskrise.

www.eisenwarenmesse.de

twitter

Asien-Experten twittern

Google findet Dokumente. Twitter verknüpft Köpfe, die im Web vorhandene Informationen - Zeitungen, Blogs, Websites, Youtube - kommentierend bewerten. Das läßt den Kurznachrichtendienst weltweit rasant wachsen. Mehr „Tweets“ auf www.sourcing-asia.de



aimeenbarnes Worth a read: „Chinese Outbound Investment: Now a Headline Story“ <http://tinyurl.com/y93astk>



aimeenbarnes *Excellent* piece by @gadyepstein in Forbes - „The Price of Corruption“ <http://tinyurl.com/ya4uggn>



billrusso Geely's Volvo coup raises eyebrows <http://tinyurl.com/yzjufzv>



billrusso Why the renminbi has to rise to address imbalances <http://tinyurl.com/yfm9yyj>



billrusso China Car Makers Push to Build Brand Equity <http://tinyurl.com/yh29ysa>



ChinEsad China's answer to Nasdaq - ChiNext opens after 10 years of preparation <http://bit.ly/2Odp6V>



ChinaBizWatch Chant in Beijing: 'iPhone! iPhone!' <http://bit.ly/njFrd> [WSJ]



ChinaBizWatch India, China and Australia, recovering rapidly: The IMF says the three economies are recovering especially... <http://bit.ly/3U3wyA> [FT]



davos 800 participants expected at the Forum's India Economic Summit 2009 <http://tr.im/IndiaProgram> #India09 ^ml



GE_Anderson HK to Guangzhou high speed rail. Insanely expensive. HK's leaders still want it. Insanely stupid. <http://twurl.nl/ngj5p5>



hgaeng RT @PreetChandhoke: 6 Indian cities among 8 top global destinations for outsourcing <http://bit.ly/3n9vPX>

Ihr Erfolg in Asien: Wirken Sie mit im Netzwerk der deutschen Asienwirtschaft



+++ Lohn- und Gehaltsstrukturen in Indien +++ Anfragenticker +++ Textil-Lizenzfertigung in Japan +

Vorteile für Mitglieder:

- > **Veranstaltungen:** Kontakte, Know-how und Erfahrungsaustausch im Kreis asienerfahrener Unternehmen
- > **Individuelle Mitgliederbetreuung und Recherche** durch die Geschäftsstelle
- > **Informationen in Publikationen und online-Archiv**

Sie wollen dabeisein – sprechen Sie uns an!
Tel. 040 35 75 59-0, E-Mail: info@oav.de, www.oav.de

UND WENN
UNSER LIEFERANT
VON **JAKARTA**
NACH **JINJU**
UMGEZOGEN IST?

Dann fragen Sie Logwin!

Als integrierter Logistikdienstleister entwickelt Logwin ganzheitliche Logistik- und Servicelösungen für Industrie und Handel: mit rund 8.000 Mitarbeitern an 400 Standorten in 45 Ländern – und davon 55-mal in Asien. Logwin bietet Kontraktlogistik, weltweite Luft- und Seefracht sowie Landtransporte auf Straße und Schiene. Mit individuellen Logistikkonzepten bringt Logwin das Geschäft seiner Kunden nachhaltig voran. **Und wie Logwin Sie mit mehr als 30 Jahren Erfahrung im asiatischen Markt unterstützen kann, erfahren Sie unter www.logwin-logistics.com**

 **LOGWIN**
Your Logistics.