

Blickpunkt *Asia Pacific*

Informationen für Mitglieder, Förderer und Freunde der
DAPG Deutsche Asia Pacific Gesellschaft e.V.



AN INDIEN FÜHRT KEIN WEG MEHR VORBEI

von Wolfgang G. Schaab

Indien ist nach der V.R. China weltweit das 2. Land mit dem größten jährlichen Wirtschaftswachstum. Mit einer Bevölkerung von 1,1 Mrd. Menschen, die sich jährlich um 1,6% vermehrt, ist Indien das zweitbevölkerungsreichste Land der Welt. Während das chinesische Wirtschaftssystem bis zur Einleitung der Wirtschaftsreformen durch Deng Xiaoping im Jahre 1978 dem Prinzip des reinen Staats-Monopol-Kapitalismus folgte, war für Indien das Modell der sowjetischen Zentralverwaltungswirtschaft Vorbild.

Bislang galten im Westen die USA und China als die Märkte außerhalb Europas, in denen man vertreten sein sollte.

Mit Einleitung der Wirtschaftsreformen durch den damaligen Ministerpräsidenten Rajiv Gandhi und seines Finanzministers Manmohan Singh im Jahr 1991 begann der wirtschaftliche Aufstieg Indiens. Die Indische Wirtschaft zeigt heute ein ungebrochenes Wachstum. In Indien herrscht jetzt eine deutlich spürbare Aufbruchstimmung.



Im alten Kampf um die wirtschaftliche Vorherrschaft in Asien hat Indien bereits stark aufgeholt. Vergleicht man die Wirtschaftsdaten von China und Indien, so lässt sich leicht feststellen, dass Indien bereits in etwa die Hälfte des Weges der chinesischen Wirtschaftsentwicklung seit Einleitung seiner Reformen zurückgelegt hat. Die ausländischen Direktinvestitionen (FDI) sind aber in China z.Z. immer noch neunmal höher als in Indien, aber Indien holt inzwischen kräftig auf. Indien ist die

größte Demokratie der Welt und die seit Jahren herrschende politische Stabilität garantiert, dass das Land sich wirtschaftlich weiter positiv entwickeln wird.

Indien wird sich ohne Zweifel in den kommenden Jahren zu einer internationalen Fertigungs- und Exportbasis entwickeln. Hierfür ist jedoch eine technologische Aufrüstung erforderlich, bei der Importe und westliches Know-how, speziell des deutschen Mittelstandes, eine

entscheidende Rolle spielen werden und nicht zuletzt FDI.



In 2005 stiegen die deutschen Exporte nach Indien um rd. 28% auf 4,2 Mrd. EUR, wobei ein Drittel auf Maschinen der verschiedensten Sparten entfiel. Die Zukunft gehört allerdings je nach Branche angesichts der Größe des indischen Marktes nicht dem Außenhandel sondern der Produktion vor Ort.

Die Wachstumsbranchen Indiens, die enorme Steigerungsraten aufwei-



sen, sind der IT-Sektor, Pharmazie, Biotechnologie, Automobilindustrie, Autozulieferindustrie, Maschinenbau und Elektronik.

Im Zuge der Globalisierung ist es nicht nur für Großkonzerne, wie BMW, Daimler-Chrysler, GM, VW etc.

Fortsetzung Seite 2

Fortsetzung

ein „Muss“, sich in Indien zu engagieren, sondern auch für mittelständische Unternehmen. Lange Zeit gab es für deutsche Unternehmer nur China. Laut Heinrich von Pierer verdienen ausländische Investoren in Indien im Schnitt fast ein Drittel mehr als in China. Die Personalkosten liegen im Schnitt nur bei 20% derer in Deutschland.

Deutsche waren schon immer in Indien willkommen und sind es auch heute noch, ebenso Produkte „Made



in Germany“. Allerdings muss die deutsche Industrie sehr wohl auf der Hut sein, dass ihr nicht die Amerikaner mit ihrem günstigen Dollar, die Japaner im High-Tech-Bereich oder die Chinesen mit ihrer kostengünstigen Produktion den Rang ablaufen.

Neben all den positiven Aspekten und Wachstumschancen in Indien darf aber nicht übersehen werden, dass Indien, obwohl es zu den so genannten BRIC-Staaten gehört, als Schwellenland immer noch große Herausforderungen zu bewältigen hat, wie die Verbesserung der Infrastruktur, Ausbau des Strassen- und Schienennetze sowie der Strom- und Wasserversorgung. Die schwerfällige und zeitraubende Bürokratie ist noch ein großes Hindernis. Trotz wirtschaftlicher Entwicklung des Landes sitzen immer noch die gleichen Beamten in den Behörden. Auch die veralteten Arbeitsgesetze bedürfen einer Modifikation. Die Wahl der Marktbearbeitungsform sollte sich unter Berücksichti-

gung der jeweiligen Markteintrittsrisiken daran orientieren, schnell und flexibel zu reagieren.

Einerseits sind Inder, mit denen man im Geschäftsleben zu tun hat, meist gut ausgebildet und sprechen in der Regel gut Englisch, wenn auch ihre Aussprache oft gewöhnungsbedürftig ist. Jedes Jahr verlassen zum Beispiel rd. 400.000 gut ausgebildete Ingenieure die indischen Hochschulen. Indien verfügt über ein stabiles und funktionierendes Rechtssystem nach britischem Vorbild.

Andererseits erscheint uns vieles unverständlich, wie die stark durch den Hinduismus geprägten handlungsrelevanten Wertvorstellungen und Normen sowie das Kastenwesen. Obwohl es den „Inder“ nicht gibt, lassen sich doch einige typische Wesensmerkmale feststellen. Inder sind viel stärker emotional gepolt als rationale

Westler; sie sind stark familienorientiert und weisen meist eine optimistischere Grundhaltung auf. Eine strikte Trennung von Geschäfts- und Privatleben erscheint den Indern kaum notwendig, vor allem wenn es sich um mittelständische Unternehmen in Familienbesitz handelt. Inder haben einen anderen Zeitbegriff als wir im Westen, einfach gesagt, Inder haben die Zeit und wir im Westen die Uhr. Sie sind auch extrem lernbereit und stolz darauf, etwas geschaffen zu haben. Bevor man das Geschäft in Indien aufbaut, ist es allerdings wichtig, eine Beziehung und gegenseitiges Vertrauen aufzubauen, wobei jedoch in Indien noch mehr Vorsicht geboten ist als im Westen.

In der professionellen Vorbereitung des Markteintritts liegt der Erfolg in Indien. Ein Engagement in In-

dien erfordert daher allerdings eine ausreichende Vorbereitung des zuständigen Managements, nicht nur soweit es die interkulturellen Unterschiede, sondern auch soweit es die andere Geschäftskultur betrifft. Die Gefahr besteht nämlich darin, dass potentielle indische Geschäftspartner in der Regel sehr höflich und freundlich auftreten und man aufgrund der Tatsache, dass man in Englisch kommuniziert, die kulturellen Unterschiede und das unterschiedliche Geschäftsgebaren nicht wahrnimmt und sich daher sehr sicher fühlt. Deshalb ist nicht zuletzt Sorgfalt bei der Wahl zukünftiger Partner geboten.

Für den erfolgreichen Umgang mit Indern gilt es also, einiges zu lernen. Wenn man keine eigene profunde Erfahrung im interkulturellen Verhandeln hat, sollte man in jedem Fall für wichtige Verhandlungen einen erfahrenen „Intercultural Negotiations Coach“ hinzuziehen. Dieser berät bei der Vorbereitung der Verhandlungen, beschafft Informationen über die Personen der Verhandlungspartner, erstellt Psychogramme, sitzt mit am Verhandlungstisch, beobachtet und kontrolliert den Verhandlungsablauf.



Angesichts einer rasanten Wirtschaftsentwicklung Indiens sollte man den Einstieg in den indischen Markt nicht verpassen.

Wolfgang G. Schaab

Ehemaliger Vice President Eastern Hemisphere, einer international erfolgreichen deutschen Unternehmensgruppe und namhafter Asien-Experte; langjährige Erfahrungen im interkulturellen Management in internationalen Konzernen und bei mittelständischen Globalplayern. Er ist nun tätig als Intercultural Management und Negotiations Coach sowie als Referent an der Academy of International Business der Hochschule Karlsruhe. Mitglied des Präsidiums der DAPG, Köln; wgschaab@web.de

Noch Restplätze:

Vietnams Botschafter eröffnet DAPG-Vietnam-Tag

Köln. „Ein Land in Bewegung“ und „Ein Tiger auf dem Sprung“ sind zwei Referatsthemen, die sehr gut die momentane Situation Vietnams beschreiben. Die Tagesveranstaltung am **19. April 2007** im Hause CMS Hasche Sigle wird eröffnet durch den Botschafter der Sozialistischen Republik Vietnam, Tran Duc Mau (Berlin).

Weitere Informationen und Anmeldeöglichkeiten unter www.dapg.de oder telefonisch unter 0221-257 28 71.

Vormerken:

13. DAPG-Indien-Tag am 14. Juni in Köln

Köln. Die Vorbereitungen für den 13. Indien-Tag sind in vollem Gange. Die Tagesveranstaltung wird voraussichtlich im Kölner Maritim-Hotel stattfinden. Es werden wieder interessante Praxis-Vorträge für den Mittelstand geboten werden. Weitere Informationen demnächst unter www.dapg.de.

Wachstumsmarkt Vietnam

Am 19. April richtet die Deutsche Asia Pacific Gesellschaft e.V. (DAPG) in Köln einen Vietnam-Tag unter dem Motto „Wachstumsmarkt Vietnam“ aus. Die Sozialistische Republik Vietnam rückt durch ihren wirtschaftlichen Aufstieg immer mehr in das Blickfeld des Weltmarktes und damit schauen natürlich auch deutsche Unternehmen dorthin. Ein Schwerpunktland der deutschen Entwicklungszusammenarbeit ist Vietnam schon länger.

Seit der Wiedervereinigung Deutschlands haben die Beziehungen zu Vietnam eine neue Dimension bekommen. 1995 war erstmals ein deutscher Bundeskanzler, Helmut Kohl, in Vietnam. 2003 machte auch sein Nachfolger, Gerhard Schröder, in dem einstmals durch den Indochina-Krieg gegen die Franzosen und den Vietnam-Krieg gegen die Amerikaner geschundenen Land einen Besuch.

Politische Rahmenbedingungen und wirtschaftliche Beziehungen

Vietnam ist keine Demokratie. Die Kommunistische Partei mit etwa 2,8

Millionen Mitgliedern hat die Mehrheit in dem Einkammerparlament; eine Opposition gibt es nicht. Im Mai diesen Jahres stehen Neuwahlen an. Die Bevölkerungsanzahl beträgt etwa 81 Millionen, also nur zwei Millionen weniger als Deutschland Einwohner hat.

Vietnam ist Mitglied der Vereinten Nationen und seit Januar 2007 – nach über zehnjährigen Verhandlungen – auch Mitglied der Welt Handelsorganisation (WTO). Von der WTO-Mitgliedschaft verspricht sich Vietnam einen weiteren Schub in seiner wirtschaftlichen Entwicklung.

Das Bruttoinlandsprodukt betrug 2005 rund 53 Milliarden US-Dollar. Für die Entwicklungszusammenarbeit hat Deutschland für das vergangene und für dieses Jahr 91,5 Millionen Euro für Wirtschaftsentwicklung, Umweltpolitik, Schutz und nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen, insbesondere Abwasser- und Abfallentsorgung und für die Verbesserung der Gesundheitsversorgung zugesagt.

Wichtigster Wirtschaftszweig Vietnams ist die Landwirtschaft, in der rund 65 Prozent der Bevölkerung

beschäftigt sind. Dynamisch wächst der Industriesektor. Die Verarbeitung von Bekleidung, Schuh- und anderen Lederartikeln und die zunehmende Bautätigkeit tragen erheblich zum BIP bei. Die Förderung von Rohöl und Gas im Südchinesischen Meer wird intensiv ausgebaut.

Deutschland hat einen guten Namen

Für Vietnam ist die Europäische Union neben China, Japan und den Vereinigten Staaten von Amerika der bedeutendste Handelspartner. Innerhalb der EU ist Deutschland der größte Handelspartner Vietnams. Bei den vietnamesischen Ausfuhren liegt Deutschland nach USA, Japan, Australien und China auf dem fünften Platz. Die wichtigsten Güter, die nach Deutschland exportiert werden sind Schuhe, Bekleidung und Kaffee. Bei den braunen Bohnen ist Deutschland weltweit der größte Annehmer. In Vietnam sind es vor allem Maschinen „Made in Germany“, die begehrt sind und den Hauptteil des Imports ausmachen.

Vietnam wird sich weiter positiv entwickeln, davon ist auszugehen. Der Einfluss der alten kommunistischen Kader neigt sich dem Ende zu

Fortsetzung auf Seite 4

Termine

19.04.2007

Köln, CMS Hasche Sigle
DAPG-Vietnam-Tag

14.06.2007

Köln, Maritim
13. DAPG-Indien-Tag

10. - 23.09.2007

Berlin
6. Asien-Pazifik-Wochen (APW)
Motto: „Asien-Pazifik verändert die Welt“
Infos: www.apforum.com

15.11.2007

Köln
15. DAPG-China-Tag

Fortsetzung

und eine neue Generation von Politik- und Wirtschaftsführern kommt in Entscheidungsfunktionen. Der Umbau der ehemaligen kommunistischen Planwirtschaft in eine staatlich gelenkte Privatwirtschaft ist auf einem akzeptablen Weg und öffnet damit Zukunftsperspektiven für Investitionen. Auf dem Vietnam-Tag werden Experten über die neusten Entwicklungen in Vietnam informieren. Die Veranstaltung ist thematisch so angelegt, dass die Teilnehmer durch Referate und Dialog von der Veranstaltung profitieren. Der erste Schritt nach Vietnam kann somit am 19. April in Köln gemacht werden.

PEU

Nachruf

Otto Wolff von Amerongen, Mitglied des Präsidiums der DAPG, verstarb Anfang März

Im Alter von 88 Jahren ist am Donnerstag, dem 8. März 2007, Otto Wolff von Amerongen in seiner Heimatstadt Köln verstorben. Als Mitglied des Präsidiums der DAPG hat er deren Gründung und Entwicklung begleitet, wenn der Schwerpunkt seiner Tätigkeit auch nicht der asiatisch-pazifische Raum war. Schon allein sein guter Name half der DAPG beim Aufbau eines guten internationalen Ansehens.

Als einer der bedeutendsten Industriellen der Nachkriegszeit musste er das Familienunternehmen nach dem Tod des Vaters schon 1940 übernehmen. Nach dem Zweiten Weltkrieg nutzte er die früheren Verbindungen, um trotz der Spannungen des Kalten Krieges auch mit den kommunistischen Staaten Wirtschaftsbeziehungen aufzubauen und politische Brücken zu schlagen. 1956 wurde er Vorsitzender des Ostausschusses der Deutschen Wirtschaft, erst 1980 gab er dieses Amt auf. Unabhängig von seinem Einsatz als „Wirtschaftsdiplomate“ führte er den Industrie- und Handelskonzern Otto Wolf AG, der Ende der achtziger Jahre gut 1,5 Milliarden Euro

Umsatz erzielte. Als ihm klar war, dass das Familienunternehmen auf Dauer auf dem Weltmarkt zu klein sein würde und nicht gegen die Konkurrenz im In- und Ausland würde bestehen können, verkaufte er seine Unternehmen an die Thyssen AG.

Er war in über 40 Ämtern und Beiräten tätig. Im Ehrenamt war er u.a. von 1969 bis 1988 Präsident des Deutschen Industrie- und Handelstages (DIHT) und stand auch fast fünfundzwanzig Jahre an der Spitze der Industrie- und Handelskammer zu Köln.

1991 gründete er die „Otto Wolff von Amerongen-Stiftung“ für Förderung von Bildung, Erziehung und Völkerverständigung. Als begeisterter Tennisspieler und Sportfan stiftete er den „Otto Wolff von Amerongen Preis für Sportwissenschaft“. Die Sporthochschule Köln verlieh ihm 1993 die Ehrendoktorwürde. 2001 erhielt er den höchsten Orden der Bundesrepublik Deutschland, das Großkreuz des Bundesverdienstordens. PEU



Liebe Leserinnen und Leser,

die DAPG wünscht Ihnen und Ihren Familien frohe Ostern und schöne Feiertage.



IMPRESSUM

Herausgeber: DAPG Deutsche Asia Pacific Gesellschaft e.V., Köln / Redaktion: Dr. Susanne Preuschoff (v.i.S.d.P.), Peter Uhde, Wolfgang Beecken, Elisabeth Inhester / Fotos: Photocase, Pixelquelle, privat u.a. / Design: Youn-Du Bae (BEECKEN DIALOG.HOUSE, Hamburg)



INFO-SCHECK

Einsender:

Ausfüllen und einsenden/faxen an DAPG:
Deutsche Asia Pacific Gesellschaft e.V.
Postfach 10 21 51, 50461 Köln
Fax: 0221-257 28 73

Die Aktivitäten und Ziele der DAPG interessieren mich. Bitte senden Sie mir weitere Unterlagen.

Ich/wir möchte/n Mitglied werden. Bitte senden Sie mir/uns einen Aufnahmeantrag.
