

insight

asia pacific



Japan – Comeback einer Wirtschaftsmacht?



CAREER starts with CARE

Your career starts here

Marketing & Sales
Digital Marketing & E-Commerce
Finance & Controlling
Operations Management

Your opportunities are

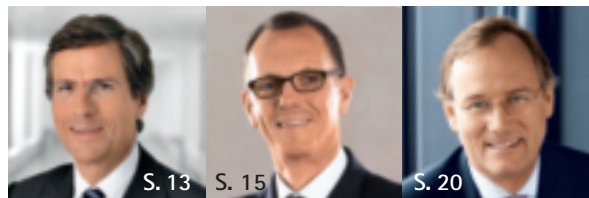
Internships
Graduate Trainee Program
Direct Entry Positions

www.beiersdorf.com/career



Beiersdorf

Inhalt



Köpfe
Neue Gesichter an der Spitze 4

Schwerpunktthema

Japan 6-17

Hintergrund
Japans Erholung und zukünftige Rolle in Asien 6

Eine umfassende Einführung über die Entwicklungen der Wirtschaftsmacht Japan bietet Martin Schulz, Fujitsu Research Institute (FRI).

Interview
Japan – Zwischen Tradition und Reformen 10

Prof. Dr. Tim Goydke, Hochschule Bremen, erläutert im Interview seine Einschätzungen der aktuellen Trends in Japan.

Praxis
Japan als guter Markt für TRUMPF Werkzeugmaschinen 13

Dr.-Ing. Mathias Kammüller, TRUMPF GmbH + Co. KG, gibt einen Einblick in die Auswirkungen der Yen-Abwertung.

Praxis
Japan – Trends und Perspektiven 14

Dr. Frank Oberndorff, C. ILLIES & Co., berichtet zur veränderten Wahrnehmung Japans in Deutschland.

Praxis
Entwicklung Japans aus Sicht von Bayer 15

Ein Kommentar zu den aktuellen, richtungsweisenden Initiativen in Japan von Michael König, Bayer AG

Hintergrund
Japan – Entwicklungen und Prognosen 16

Ein Überblick über die wichtigen Entwicklungen aktuelle, Indikatoren sowie Prognosen der japanischen Wirtschaft

OAV im Bild
5. OAV Young Leaders Jahreskonferenz 18

Eindrücke der diesjährigen Hauptveranstaltung der OAV Young Leaders in Berlin

Praxis
Geschäftserfahrungen in der Vielfältigkeit Südostasiens 20

Interessante Erfahrungen aus der Praxis vergleicht Fritz Graf von der Schulenburg, Jebesen & Jessen (SEA) Gruppe, in seinem Bericht.

Hintergrund
Democracy Still Taking Root in Bhutan 22

Bhutan was a latecomer to democracy. But how is the democracy developing? Mark Turner, University of New South Wales at the Australian Defence Force Academy, analyses.

Praxis
Multi-Stakeholder-Partnerschaften gegen Fachkräftemangel 24

Dr. Susanne Käthe Franke, Don Bosco Mondo e.V., stellt das exemplarische Modell zur Förderung von sozial benachteiligten Jugendlichen vor und wie man den Fachkräftemangel in Kooperation mit Unternehmen senkt.

Service
5. OAV Young Leaders Jahreskonferenz 26

Der OAV empfing mehr als 100 Young Leaders bei der diesjährigen Hauptversammlung in Berlin – ein Nachbericht.

Service
Hilfe für Nepal – Status Quo des Spendenaufrufs und Projekte 28

Service
Buchtipps 29

Letzte Seite
Neumitglieder des OAV 30

Japan ist als drittgrößte Volkswirtschaft der Welt einer der wichtigsten Handelspartner Deutschlands. Doch der rasante politische und wirtschaftliche Aufstieg Chinas und Südostasiens in den vergangenen Jahren hat Japan gefühlt in den Hintergrund rücken lassen – zumindest medial. Noch Ende der 1980er Jahre wurde Japan als unbezwingbare wirtschaftliche Supermacht betrachtet. Nach dem Überschreiten des Wachstumsgipfels galt es plötzlich als Krisenfall. Mit verschiedenen Lösungen wurde in den vergangenen Jahren versucht, an wirtschaftliche Erfolge der Vergangenheit anzuknüpfen – mit unterschiedlichem Resultat. Inwiefern „Abenomics“ sich als erfolgreiche Rezeptur bewährt, wird sich zeigen. Trotz aller Herausforderungen – Japan bleibt ein Land für wegweisende technologische Spitzenprodukte sowie moderne Forschung & Innovation. Auch schottet sich Japan längst nicht mehr so stark ab, wie noch vor einigen Jahren. Alles gute Gründe, einen frischen Blick auf das Land, die verschiedenen Trends sowie Perspektiven zu werfen und erfahrene Japan-Unternehmer zu Wort kommen zu lassen. Neue Dynamik entfaltete Japan vor allem auch in Südostasien. Wie mit der enormen Vielfältigkeit der Region umgegangen werden kann, schildert ein Erfahrungsbericht eines Mitgliedsunternehmens, das als ausgewiesener ASEAN-Spezialist gelten kann. Ferner finden Sie eine Dokumentation der diesjährigen, überaus erfolgreichen OAV Young Leaders Jahreskonferenz 2015. Eine interessante Lektüre wünscht Ihnen ...

Neue Gesichter an der Spitze

Begrüßen Sie mit uns die neue Botschafterin und die neuen Botschafter aus Asien in Berlin, den neuen deutschen Botschafter in Indien sowie den neuen AHK-Geschäftsführer in Japan. Wir wünschen ihnen alles Gute und viel Erfolg!



H.E. Sithong Chitnhothinh

H.E. Mr. Sithong CHITNHOTHINH has assumed the post of Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of the Lao People's Democratic

Republic to the Federal Republic of Germany since 4th March 2015. He obtained his Bachelor's Degree of Hungarian Language and Literature in Hungary in 1985, then attending short term and long term training in various fields in Laos and abroad. He had served as Third Secretary at the Embassy of the Lao PDR in Warsaw from 1991–1993 and concurrently was Charge' d' Affair a.i from 1992-1993. In 1994, he was appointed as Acting Director of European Division and then was promoted as Director of South-East Asia-Pacific and ASEAN Division. From 1995–1999, he was posted as First Secretary and Deputy Chief of Mission of the Embassy of the Lao PDR in Bangkok. From 1999–2001, he was appointed as Deputy Director General of Asia-Pacific and Africa Department and from 2002, he was promoted as Director General at the same department of MOFA. From 2007–2012, he assumed his post as Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of the Lao PDR to Japan. From 2012–2014, he was appointed as MOFA Spokesman, Director General of Press Department. He has been working to promote the relationships between Laos and Germany in different aspects in particular of economic, trade, investment, education, culture and tourism.

Botschafter Dr. Martin Ney



Dr. Martin Ney begann seine Diplomatenlaufbahn 1986 im Grundsatzreferat Völkerrecht des Auswärtigen Amts. Bei den 2+4-Verhandlungen war er der Rechtsberater auf westdeutscher Seite, dann Persönlicher Referent des Staatssekretärs des Auswärtigen Amts. Außerdem arbeitete er an den Botschaften Bangkok, Washington und Tokyo sowie als Stellvertretender Hoher Repräsentant für Bosnien-Herzegowina in Sarajewo. Nach Verwendungen als Koordinator für die Gemeinsame Außen- und Sicherheitspolitik der EU in der Politischen Abteilung sowie als Stellvertretender Abteilungsleiter für Globale Fragen im Auswärtigen Amt diente Dr. Ney als Botschafter und Stellvertretender Ständiger Vertreter Deutschlands bei den Vereinten Nationen in New York. Von 2012 bis Juni 2015 leitete er die Rechtsabteilung des Auswärtigen Amts und fungierte als Völkerrechtsberater der Bundesregierung. Seit Juli 2015 ist Dr. Ney Deutschlands Botschafter in Indien: „Indien ist derzeit das Schwellenland mit der dynamischsten Wirtschaftsentwicklung und verfügt über immenses Potenzial. Deutschland besitzt die Expertise, um Indien gerade in den für seine Entwicklung besonders relevanten Bereichen entscheidend voranzubringen. Das enorme beidseitige Interesse ist der Katalysator für die weitere Vertiefung der deutsch-indischen Partnerschaft.“



Marcus Schürmann

Marcus Schürmann ist seit Juli 2015 Delegierter der Deutschen Wirtschaft in Japan und Geschäftsführer der AHK Japan. Mit über 15 Jahren als stellvertretender Geschäftsführer und Leiter des Servicebereichs DEinternational der Organisation und zehn Jahren Erfahrung bei zwei mittelständischen deutschen Unternehmen in Japan, gilt Marcus Schürmann als ausgemachter Japanexperte, der gerne

„hands-on“ arbeitet. Japan hat sich gerade in den letzten Jahren in vielen Bereichen weiterentwickelt. So treiben die Globalisierung der japanischen Wirtschaft, Digitalisierung, Start-ups, neue Marktteilnehmer und Geschäftsmodelle die Veränderungen im Land voran. Den deutschen Unternehmen bringen diese Einflussfaktoren vor allem vielfältige Impulse sowie Chancen für ihre Geschäftsbeziehungen mit japanischen Partnern. Eine weiterhin enge Zusammenarbeit zwischen OAV und AHK Japan wird künftig dazu beitragen, das oft tradierte und auch verzerrte Japanbild in Deutschland aktueller zu gestalten.



Köpfe



H.E. Kyung-soo Lee

H.E. Kyung-soo Lee is currently the Ambassador of the Republic of Korea to the Federal Republic of Germany. Since he joined the Korean Foreign Service, he has served in various key posts in the Ministry of Foreign Affairs, including as Deputy Minister for Political Affairs, as well as in several overseas missions. He was mainly active in the Asia-Pacific region and in Europe, including Aus-

tralia, Singapore, China, Japan, Austria and Hungary. He was also Ambassador to Cambodia. Ambassador Lee is a graduate of Yonsei University (B.A. in Political Science), Korea, and received an M.Phil. in International Relations from the University of Cambridge, UK. He is married to Mrs. Ok-Kyoung Han. They have two sons. Korea and Germany enjoy a very special relationship based on common experience and shared values. Ambassador Lee is looking forward to further improving the already excellent relations in a mutually beneficial way. He will strengthen the bonds in the fields of science and technology, SMEs, education, trade, investment and culture in particular.

H.E. Dato' Zulkifli Adnan

Ambassador Dato' Zulkifli Adnan has been serving as a diplomat in the Malaysian Foreign Service for over 32 years. He has a post-graduate Master's degree M.A Law & Diplomacy, from the Fletcher School of Law & Diplomacy, Boston, USA (1991).

He presented his Letters of Credence to the Federal President of Germany, H.E. Joachim Gauck at Schloss Bellevue on 19 May 2015, thus formally assuming the post of Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of Malaysia to the Federal Republic of Germany. He had served in various posts abroad. His last foreign assignment was as Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary to Bosnia and Herzegovina (2008-2011). His previous assignments include The Hague, Netherlands (2001-2004), New York, USA (1993-1998) and Colombo, Sri Lanka (1986-1988). His present responsibility is to work towards fostering closer ties between Malaysia and Germany in the economic, social, political, educational and cultural sectors. One of his immediate priorities is to organize the visit of the Malaysian Prime Minister Datuk Seri Najib Tun Razak to Germany in the near future to add momentum and further invigorate the existing bilateral relations.



H.E. Daw

Yin Yin Myint



H.E. Daw Yin Yin Myint has been the Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of the Republic of the Union of Myanmar to the Federal Republic of Germany

since May 2015. Daw Yin Yin Myint joined the Ministry of Foreign Affairs of Myanmar as third secretary in April 1983. Her foreign assignments include postings in Myanmar's Permanent Mission to the United Nations Office in Geneva (1990-1993), Myanmar Embassy in Rome (1998-2001), Myanmar Embassy in Washington D. C. as Deputy Chief of Mission (2005-2007) and as Ambassador to Brunei Darussalam (2012-2015). At headquarters, she served as Assistant Director for International Organizations Department as well as in several deputy positions. She also served concurrently as Secretary of the Myanmar Institute of Strategic and International Studies, a think tank in the ASEAN-ISIS network from 2010 to 2012. Her specialized areas of study are China and Human Rights. As Ambassador to Germany, she would like to focus on promotion of two way trade and investment by introducing Myanmar's potentials to Germany and beyond. She is also keen to strengthen people to people ties through culture and tourism. Her ambition is to realize Myanmar's vision to become the country contributing food security and energy security in the ASEAN Community and beyond.

Japans Erholung und zukünftige Rolle in Asien

Asiens zweitgrößte Ökonomie erholt sich zurzeit zügig und ist damit nicht nur einen, sondern gleich drei Blicke wert.

Auf den ersten Blick bringt „Abenomics“ das Land nach Jahrzehnten mühsamer Strukturanpassungen und einer Reihe von Katastrophen mit einer extrem expansiven Politik endlich wieder in Schwung. Auf den zweiten Blick stellt sich jedoch die Frage, ob dies nicht nur ein weiteres Strohfeuer ist und ob langfristige Probleme wie die enorme staatliche Verschuldung nicht nur umgangen werden. Auf den dritten Blick wird es dann richtig spannend, denn Japan etabliert sich wieder als einer der wichtigsten „Player“ in der größten und sich am schnellsten verändernden Wachstumsregion der Welt.

Gute Nachrichten aus Japan scheinen schon lange überfällig, denn seit inzwischen einer Generation liest sich die Geschichte wie eine Aneinanderreihung von Krisen: Die Finanzblase (1991-1995), die folgende Bankenkrise (1997-2002), der Kampf gegen die fallende Wettbewerbsfähigkeit (2002-2004), schließlich die weltweite Finanzkrise (2007-2010) und dann auch noch eines der größten je gemessenen Erdbeben, der Tsunami und die Nuklearkatastrophe, die ganze Landesteile verwüsteten und fast 30 Prozent der Elektrizitätsproduktion lahm legten (2011-2015). All dies vor dem Hintergrund einer rapide alternden Gesellschaft, die dem Land nur 24 Jahre mit einer ausgewogenen Demographie zum Ausbau eines umfassenden Sozialversicherungssystems ließen. Seit Ablauf dieser Frist um die Jahrtausendwende explodieren daher die staatlichen Transfers in die Sozialkassen und haben die Verschuldung auf 240 Prozent des BIP getrieben.

„Abenomics“, mit seinem Wachstumsoptimismus und einem umfassenden Programm der „Strukturreformen“ zur Beseitigung der Altlasten, wurde

daher nicht nur an den Börsen mit einem Kursfeuerwerk aufgenommen (der Nikkei hat sich seit 2012 verzweieinhalbfacht). Auch die Arbeitsnachfrage ist gestiegen, es herrscht bei 3,5 Prozent Arbeitslosigkeit praktisch Vollbeschäftigung, Exporte treiben das Wachstum in den traditionellen Industrien wieder an, die großen Unternehmen haben inzwischen Barreserven von fast der Hälfte ihrer Börsenkapitalisierung aufgehäuft, und die Nachfrage hat sich innerhalb eines Jahres von einer lange überfälligen Mehrwertsteuererhöhung erholt. Gleichzeitig drängt das Land wieder aktiv nach außen, scheut die Konfrontation mit einem zunehmend hegemonial auftretenden China nicht und versucht sich aktiv in die Wachstumsmärkte Südasiens zu integrieren.

Strohfeuer „Abenomics“?

Der zweite Blick zeigt jedoch, dass ein Großteil dieser Erfolge nur durch eine extrem expansive Geldpolitik und eine Abwertung des Yen um 35 Prozent erreicht wurde. Die Skepsis in Bezug auf die längerfristige Reformfähigkeit von Land und Regierung sitzen daher vor allem in der japanischen Industrie und bei den Haushalten weiterhin tief. Von außen betrachtet scheint dies zumindest teilweise ungerecht, denn die bisherigen großen Reformprogramme (Hashimoto 1997, Koizumi 2002, DPJ Regierung 2009 und Abe 2012) brauchen sich hinter den Reformen unter Reagan und Schröder nicht zu verstecken. Letztlich blieben auch

die realen Wachstumsraten Japans im letzten Jahrzehnt mit rund 1,5 Prozent pro Beschäftigten keineswegs hinter den USA oder Deutschland zurück. Nur reicht all dies natürlich nicht, wenn, wie in Japan, die Herausforderungen, an denen man sich messen lassen muss, ungleich viel größer sind.

Tatsächlich bleiben schon die mittelfristigen Wachstumsaussichten wieder weit hinter den hehren Zielen der Regierung zurück. Dank schwachem Yen, expansiver Politik, billigem Öl und starkem Markt in den USA kann Japan dieses und nächstes Jahr wohl mit rund 1,5 Prozent wachsen. Ab 2017 wird dies aber kaum noch zu erreichen sein, denn die temporären Rückenwinde werden wieder wegfallen und neue Steuererhöhungen zur Finanzierung der weiter steigenden Sozialausgaben werden die Wirtschaft weiter belasten. Hinzu kommt, dass sich die bereits heute deutliche Abnahme der Bevölkerung auffallend beschleunigen wird und Japan in knapp 30 Jahren um 25 Millionen Menschen kleiner sein wird. In Deutschland haben ähnliche Aussichten zu einer umfassenden Einwanderungspolitik geführt, die seit langem die Arbeitsbevölkerung und das Wachstum stabilisiert hat. In Japan wird eine Erhöhung des Ausländeranteils von bisher langfristig unter zwei Prozent (USA und Deutschland 13 Prozent) aus Sorge um die kulturelle Identität und vor den Schwierigkeiten einer wirkungsvollen Integrationspolitik nicht ernsthaft diskutiert. Für die Unternehmen bedeutet dies, dass trotz gegenwärtig international niedriger Löhne der Arbeitsmarkt ein langfristiges Wachstumshemmnis bleiben wird.

Für langfristiges Wachstum wird Japan daher neue Produktivitätsrekorde aufstellen müssen. Der Anspruch der

Hintergrund

Abenomics-Reformen ist dementsprechend enorm und die Regierung versucht, alle wesentlichen Probleme der Wirtschaft gleichzeitig anzugehen. Der Einstieg in das weltweit ehrgeizigste Freihandelsprojekt mit den USA und weiten Teilen Asiens (TPP) soll nicht nur Handelshemmnisse abbauen, sondern auch das Investitionsklima verbessern und verkrustete Strukturen aufbrechen. Ein neuer „Governance Code“ für Unternehmen soll das Management stärker auf Produktivität und Profitabilität fokussieren und wesentlich transparenter machen. Eine Agrarreform soll endlich Investitionen von Privatunternehmen in Japans kooperativ organisierte Landwirtschaft ermöglichen und damit die immer weiter zurückfallenden Regionen in Schwung bringen. Der niedrige Wechselkurs soll nicht nur für Exporte, sondern auch zum Aufbau einer Tourismusindustrie genutzt werden, die das so exotische und für ganz Asien so interessante Land auf eine Stufe mit Frankreich, Italien oder der Schweiz stellen kann. Die Energiewirtschaft muss durch Liberalisierung und Verkauf der Netze deutlich effizienter werden. Schließlich wird auch noch ein Kulturwandel angestrebt, der den extrem gut ausgebildeten Frauen bessere Chancen im Beruf eröffnet und langfristig auch noch die demographischen Probleme in den Griff bekommen soll.

Wie realistisch ist all dies? Die Regierung arbeitet zweifellos hart an der Umsetzung der Reformpakete und das Umfeld ist günstig, denn der traditionelle Wachstumsmotor Japans, die verarbeitende Industrie, hat inzwischen die Kosten wieder im Griff und kann wieder in Zukunftstechnologien investieren. Die Produktivität steigt hier stark, bleibt aber durch Kapazitäts-

und Nachfrageprobleme im schrumpfenden Heimatmarkt so lange gefesselt bis die Unternehmen stärker ins Ausland drängen und sich dort neue Märkte erschließen.

Entschieden wird Japans zukünftiges Wachstum letztlich jedoch in den großen Dienstleistungsindustrien, im Handel, in der Gesundheit, der Mobilität und Kommunikation. Dies zeigt sich deutlich bei einem Blick auf Japans erfolgreichste Unternehmen, die heute Fast Retailing, Seven&I, Softbank, Dentsu, aber auch M3, Rakuten, Yamato und Secom heißen. Alle diese Unternehmen wachsen und investieren nicht nur in Japan stark, sie arbeiten auch an ihrer Expansion in den asiatischen Markt. In Japan gewinnen diese Unternehmen in einem Markt, in dem die Urbanisierung inzwischen bei ungeheuren 96 Prozent liegt und in dem die Stadtzentren mit zunehmender Alterung durch Zuzug wieder deutlich wachsen. Diese Expertise hilft den Unternehmen jetzt beim Sprung ins Ausland, denn inzwischen arbeiten praktisch alle asiatischen Länder massiv am Ausbau ihrer „Megacities“ und eifern Tokyo, der weltweit größten, sichersten und produktivsten Metropole der Welt nach. Von Infrastruktursystemen, IT-Systemen und Logistik bis hin zu hypereffizienten Convenience Stores, Restaurations-Franchises und Krankenhausmanagement erleben japanische „urbane“ Dienstleistungen einen Boom in Asien.

Japan: kein asiatisches Griechenland



Martin Schulz, Senior Research Fellow, ist seit dem Jahr 2000 Volkswirt am Fujitsu Research Institute (FRI) in Tokyo. An dem privaten „Think Tank“ der japanischen Industrie, das sich vor allem mit Wirtschaftspolitik, Unternehmensstrategien und Zukunftstechnologien beschäftigt, ist er für Globalisierung, internationale Unternehmensstrategien und wirtschaftspolitische Analysen zuständig.

Seine Analysen werden regelmäßig in weiten Teilen der internationalen Presse und Medien (BBC, CNBC, ARD, ZDF) zitiert und gesendet.

Damit bleibt als einer der größten Sorgenbereiche die ungebrochen steigende staatliche Verschuldung von fast 240 Prozent des BIP. Anders als von der Regierung behauptet, ist dieses Problem noch keineswegs im Griff und wird auch nicht über höheres Wachstum zu lösen sein. Realistisch betrachtet wird die japanische Regierung seine Schulden nie zurückzahlen können. Interessanterweise bedeutet dies jedoch weder einen anstehenden Staatsbankrott (wie in Griechenland) noch ein unlösbares Schuldendrama, denn die Verschuldung besteht keineswegs aus überzogenem staatlichem Konsum (der in Japan im niedrigsten Bereich der OECD liegt), sondern im Wesentlichen aus staatlichen Transfers von privaten Vermögen in die (ebenfalls keineswegs großzügigen) Sozialkassen.

Dies ist erstaunlich, denn während sich Europa damit rühmt, die weltweit höchsten Sozialtransfers zu finanzieren, nimmt die japanische Regierung Jahr für Jahr Kredite mit extrem niedrigen Zinsen bei den vermögenden Ruheständlern auf und steckt diese in die Finanzierung von subventionierten Pensionen und Gesundheitsdienstleistungen. Dieses System wird zwar spätestens dann nicht mehr funktionieren, wenn das Wachstum und damit die Zinsen wieder steigen, aber dies wird wohl kaum „explosiv“ verlaufen. Denn der Schuldenberg wird bereits heute durch die massiven Käufe von staatlichen Wertpapieren durch die Bank von Japan reduziert und später durch signifikante Inflation weiter abgeschmolzen. In nicht allzu ferner Zukunft werden die japanischen Haushalte daher feststellen, dass ihre hohen Ersparnisse real wesentlich weniger wert sind, werden aber dieser Entwicklung praktisch nicht entkommen können. Es wird

zukünftig daher zu einer weiteren Belastung der internen Wachstumskräfte, insbesondere des privaten Konsums, kommen, aber eben nicht zu einer „Schuldenkrise“.

Öffnung gen Westen

Damit wären wir beim dritten, langfristigen Blick auf Japan, der eher ein Blick auf Ostasien insgesamt ist. Denn da Japan zu Hause kaum noch wachsen kann, wird es wieder deutlich stärker nach außen drängen. Dank einer bisher sehr niedrigen Exportquote von unter 20 Prozent und bei weiterhin günstigen Wechselkursen ließen sich die Exporte mit entsprechenden Investitionen und Unternehmensstrategien verdoppeln, was erheblich zur Finanzierung der Defizite beitragen würde. Genau darauf zielt der geldpolitische und freihandelsorientierte Teil von Abenomics ab. Die Unternehmen sind von einer solchen merkantilistisch geprägten Strategie jedoch nicht überzeugt. Denn schon heute hat die Wirtschaft mit Kapazitätsengpässen insbesondere im Arbeitsmarkt zu kämpfen. Erfolgversprechender sind da Auslandsinvestitionen in die Zukunftsmärkte, die bei den großen Unternehmen schon lange einen großen Teil der Einkommenszuwächse und Profite sichern.

Um dies zu ermöglichen, müssen die Unternehmen sich jedoch „tief“ und langfristig in ihre Zukunftsmärkte integrieren. Japanische Unternehmen setzen daher zunehmend auf Übernahmen von Schlüsselunternehmen und

Partnern in den jeweiligen Ländern, anstatt weiterhin Greenfield-Projekte in Industrieparks auszubauen. Auf nationaler Ebene bedeutet dies, dass die Regierung die neuen Märkte deutlich mehr durch „next Generations“ Freihandels- und Investitionsabkommen absichern muss. Das „Trans Pacific Partnership“-Abkommen (TPP) mit den USA und Asien hat für Japan daher allerhöchste Priorität. Es bedeutet aber auch, dass die Regierung auf die längerfristigen Entwicklungen in den Partnerländern einflussreicher werden muss und schlagkräftige militärische Potentiale zum Eingreifen in Krisenherden braucht. Vor diesem Hintergrund sind daher auch die in Japan und Asien so heiß und kontrovers diskutierten „Sicherheitsgesetze“ und die Re-Interpretation der Verfassung zur Ermöglichung zunehmender Auslandseinsätze der „Selbstverteidigungskräfte“ zu sehen.

Die Anforderungen an die Politik steigen daher weiter erheblich. Während es bis vor einem Jahrzehnt noch so aussehen konnte, als würde der chinesische Markt als Zukunftsmarkt ausreichen, so haben die zunehmenden politischen Auseinandersetzungen und Konkurrenz dieser Illusion bereits ein Ende bereitet. Es ist daher kein Zufall, dass der damals neugebackene Premierminister Abe völlig entgegen aller bisherigen Gewohnheiten gleich zu Beginn seiner Amtszeit alle ASEAN Länder besuchte und bis nach Indien Kooperationen auf allen Ebenen ausbaut.

Selbstverständlich birgt dies großes Konfliktpotential mit China, das in Südostasien eine eigene Expansionsstrategie verfolgt. Im „Inselstreit“ mit Japan ist China daher auch zunächst auf einen Konfrontationskurs

geschwenkt, der natürlich auch den USA zeigen sollte, wie sehr sich die Demarkationslinien in Asien verschieben. Chinas Hauptinteressen scheinen jedoch, ähnlich wie in Japan, weniger auf Konfrontation als auf eine umfassende Sicherheitspolitik in dem aus Sicht beider Länder „schwierigen“ politischen und wirtschaftlichen Umfeld Südostasiens zu liegen.

Dabei ist hilfreich, dass im wirtschaftlichen Bereich die Interessen beider Länder überwiegend komplementär sind. Während Japan in ASEAN seit Jahrzehnten ganze Schlüsselindustrien wie den Fahrzeugmarkt (mit Marktanteilen von über 90 Prozent) dominiert, zieht es sich aus extrem kapital- und arbeitsintensiven Bereichen wie großen Infrastrukturinvestitionen und ganzen Teilen der Elektronikindustrie zurück. Es bahnt sich damit eine Arbeitsteilung an, die China Investitionen in die „harte“ Infrastruktur (Bahn-, Straßen-, Hafenausbau) ermöglicht und Japan eine Spezialisierung auf die „weiche“ Systementwicklung und den Technologietransfer erlaubt. Ähnliches gilt für die Konkurrenz bzw. zukünftige Kooperation zwischen der japanisch dominierten Asian Development Bank (ADB) und der neuen von China geführten Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB). Nach einem „heißen“ Start beginnen bereits heute die Kooperationsinteressen zu überwiegen.

Umgekehrt wird sich die ASEAN Gruppe weiterhin dagegen wehren, ein Spielfeld „größerer“ Interessen zu sein und versucht mit der ASEAN Economic Community (AEC) ab Ende dieses Jahres einen gemeinsamen Markt zu integrieren. Aufgrund der geringen Marktgröße der einzelnen Länder, der Exportabhängigkeit von China und

Japan und den internen Schwierigkeiten eine stabile Ordnungspolitik zu gewährleisten, dürfte dies aber kaum gelingen. Dafür hat die AEC aber durchaus das Potential, Japan und China eine Plattform für Kooperationen zu bieten, die anders kaum möglich wären. Die AEC dürfte damit ein wichtiger Anker der Stabilität in Asien werden, allerdings weniger durch interne Integration als durch externe Kooperation, wie sie mit dem RCEP (ASEAN+6) Kooperationsabkommen angestrebt wird.

Aller Skepsis gegenüber den Reformmöglichkeiten von Abenomics und den Wachstumsmöglichkeiten der alternden Gesellschaft zum Trotz, hat Japan damit begonnen, wieder eine größere Rolle in Asien zu spielen. Die Unternehmen haben einen Großteil ihrer Restrukturierungen abgeschlossen, rechnen aber nicht mehr mit nachhaltigem Wachstum und drängen nach außen. Schlüsselmärkte sind hierbei die schnelle Urbanisierung und der Ausbau der Megacities mit ihrem ungeheuren Investitions- und Technologiebedarf. In allen diesen Bereichen sind japanische Unternehmen technologisch führend, straucheln aber noch bei der Internationalisierung des Managements, der Implementierung von Schnittstellen zu einer wachsenden Anzahl von Partnern und der Integration von globalen IT-Systemen. Die wirtschaftliche Erholung und die Erschließung von neuen Märkten werden daher auch zu einer wesentlichen Öffnung japanischer Unternehmen nach außen führen.

Japan – zwischen Tradition und Reformen

Prognosen über die künftige Entwicklung der japanischen Wirtschaft bleiben schwierig. Die Abenomics haben Japan in erster Linie ein Zeitfenster geöffnet, welches nun für Strukturreformen genutzt werden sollte. Doch diese erfordern tiefgehende Einschnitte – und den Bruch mit Traditionen.

IAP: Kurz nach seiner Wiederwahl Ende 2013 kündigte der japanische Premier Shinzo Abe an: „Japan is back!“. Wie ist Ihr zwischenzeitliches Resümee nach zweieinhalb Jahren Abenomics?

Prof. Goydke: Am Anfang war die Euphorie groß. Nach Jahren der politischen Lähmung schien mit Abe tatsächlich jemand zu kommen, der klare wirtschaftspolitische Ziele hatte und glaubhaft machen konnte, dass er das Land aus der Lethargie führen würde. Mittlerweile hat sich Ernüchterung breit gemacht. Die Regierung Abe hat zwar die sogenannten ersten beiden „Pfeile“ der Abenomics, also die monetäre und fiskalische Stimulation, „abgeschossen“, nur sichtbare Ergebnisse gibt es bisher wenige. Insbesondere die Hoffnung, dass durch eine extrem expansive Geldpolitik die Deflation überwunden und die japani-

sche Wirtschaft auf einen stabilen Wachstumskurs zurückkehren würde, hat sich bisher nicht erfüllt.

IAP: Japan hat im letzten Jahr die Mehrwertsteuererhöhung (von 5 auf 8 Prozent) nur schwer verkräftet und ist daraufhin in die Rezession gestürzt. Die Wachstumsprognosen für 2015/16 sind wieder positiv. Geht es jetzt wieder dauerhaft bergauf?

Prof. Goydke: Angesichts der gigantischen Staatsverschuldung blieb der Regierung kaum eine andere Wahl, als die Steuern zu erhöhen. Mit einem Einbruch nach der Erhöhung musste man rechnen, schon allein deswegen, da vorher die Konsumausgaben naturgemäß noch einmal deutlich angezogen hatten. Überrascht hat dann letztlich nur die Stärke des Einbruchs. Die Regierung hatte darauf gebaut, dass die Unternehmen durch eine Anhebung

der Löhne die Mehrwertsteuererhöhung abfedern würden. Die Gehälter wurden aber nur sehr zögerlich und letztlich zu spät angepasst. Dadurch, dass jetzt aber eine steigende Zahl von Arbeitnehmern tatsächlich mehr Geld in der Lohntüte hat, gehe ich davon aus, dass sich der Konsum stabilisieren wird. Allerdings darf man den Beitrag des Konsums zum Wirtschaftswachstum auch nicht überbewerten. Auch die Investitionen müssten deutlich ansteigen, die Unternehmen investieren, wenn überhaupt, aber eher im Ausland als im Inland.

Japan fehlt ein innovativer Mittelstand



IAP: Der dritte Pfeil der Abenomics, die Strukturreformen, scheint mittlerweile den Köcher verlassen zu haben. Die Unternehmenssteuern werden gesenkt, Lohnerhöhungen wurden ausgehandelt und bedeutende Freihandelsabkommen sind auf dem Weg. Wurden die Kritiker somit eines besseren belehrt?

Prof. Goydke: Die Signale sind sicher positiv, es handelt sich aber bisher überwiegend um Absichtserklärungen. Über das Freihandelsabkommen mit der EU wird genauso noch verhandelt wie über das Trans-Pacific Partnership Agreement (TPP). In beiden Fällen rechne ich nicht mit einem allzu schnellen Abschluss. Der Widerstand insbesondere gegen Zugeständnisse im Agrarbereich ist in Japan nach wie vor groß. Die Absenkung der Unternehmenssteuer könnte zu einer Stimulie-

rung der Wirtschaft beitragen. Trotzdem sind aber viele strukturelle Probleme nach wie vor ungelöst. So verfügt Japan immer noch über einen großen Bereich mit international nicht wettbewerbsfähigen Unternehmen. Anders als in Deutschland fehlen in Japan hochinnovative, global aufgestellte Mittelständler. Das soll nicht heißen, dass der japanische Mittelstand nicht auch innovativ ist, aber er ist sehr stark binnenmarktorientiert. Ein Großteil der mittelständischen Unternehmen ist als „unvollständiges Unternehmen“ zudem fest in das Zuliefernetzwerk der Großunternehmen eingebunden und stark von ihnen abhängig.

IAP: Japan galt in der Vergangenheit stets als sehr geschlossener Markt. Welchen Einfluss werden mögliche Freihandelsabkommen mit der EU und den Pazifikanrainern haben? Wird Japans Wirtschaft sich tatsächlich öffnen?

Prof. Goydke: Ein weit verbreitetes Argument ist, dass entscheidende Veränderungen in Japan immer durch Druck von außen ausgelöst worden sind. Was sicherlich stimmt, ist, dass Japan sich häufig schwer tut mit tiefgreifenden Veränderungen. Insofern könnten die Abkommen durchaus wichtige Impulse zu einer Öffnung geben. Ich glaube aber, man sollte die Hoffnung nicht zu hoch hängen. Gerade in den für deutsche Unternehmen interessanten Branchen spielen Handelshemmnisse meines Erachtens keine große Rolle. Der japanische Markt ist sicher hochkomplex und ausländische Wettbewerber werden nicht unbedingt mit offenen Armen empfangen. Die vielen deutschen Unternehmen, die erfolgreich in Japan Fuß gefasst haben, zeigen aber, dass man es durchaus

schaffen kann. Die Abkommen mögen vielleicht Zulassungsverfahren vereinfachen, wenn aber japanische OEMs weiterhin nur in ihrem japanischen Zuliefernetzwerk einkaufen, nützt das einem ausländischen Zulieferer wenig. Ich glaube, letztlich wäre es hilfreich, wenn sich die japanische Wirtschaft stärker globalisieren würde. Freihandelsabkommen mögen dazu beitragen, es sind jedoch noch viel tiefgreifendere gesellschaftliche Veränderungen nötig. Wenn ich z.B. sehe, dass in Deutschland ein Auslandsaufenthalt während des Studiums quasi Standard ist, in Japan aber seit Jahren die Zahl der japanischen Studierenden im Ausland kontinuierlich sinkt, bin ich nicht sehr optimistisch. Trotzdem wird natürlich auch Japan globaler. Wer über die letzten Jahre regelmäßig Japan besucht hat, spürt das. Es geht eben nur relativ langsam.

Japan öffnet sich – aber langsam

IAP: Keine Industrienation ist so hoch verschuldet wie Japan. Die Staatsverschuldung liegt aktuell bei etwa 245 Prozent des BIP. Wie sicher ist das Vertrauen der Gläubiger im Inland?

Prof. Goydke: Die Gläubiger sind ja auf der einen Seite institutionelle Investoren und andererseits die relativ wohlhabenden Babyboomer, die maßgeblich vom Wirtschaftsboom bis in die 1980er Jahre profitiert haben. Auch mangels alternativer Anlageformen haben beide Gruppen ihr Geld in Staatsschuldtiteln angelegt. Diese Anlagen sind aber anders als in den meisten anderen Län-



Prof. Dr. Tim Goydke ist Professor für Wirtschaft und Gesellschaft Japans und wissenschaftlicher Direktor des International Graduate Center an der Hochschule Bremen.

dern nicht rein renditegetrieben gewesen, sondern entsprechen auch dem Verständnis, dass man dem eigenen Land in Krisenzeiten beistehen und auch etwas zurückgeben muss. Interessanter wird die Frage, wie es mit der jüngeren Generation weitergehen wird, die quasi ihr ganzes bisheriges Leben nur Niedrigwachstum, Rezession und sinkende Reallöhne kennt und entsprechend auch deutlich weniger Vermögen aufbauen konnte. Auch ist die Verzinsung von Staatsanleihen ja mittlerweile nahe Null oder sogar negativ, so dass sie als Anlagemöglichkeit momentan quasi ausfallen. Auch wenn sich dies in Zukunft wieder ändern sollte, ist allein aufgrund des demografischen Wandels damit zu rechnen, dass zunehmend Ausländer Staatsanleihen halten werden. Und ob deren Vertrauen ähnlich unerschütterlich bleibt, ist fraglich.

IAP: Demographischer Wandel: Immigration scheint für die Regierung keine Option zu sein. Die zunehmende Partizipation der Frauen am Erwerbsleben steht derweil ganz oben auf der Agenda der Regierung. Kann und wird sich das Frauenbild in Japan tatsächlich ändern?

Prof. Goydke: Ich bin immer wieder überrascht, wie tradiert die Rollenverteilung zwischen den Geschlechtern in Japan nach wie vor ist. Man muss wohl sagen, dass Beruf und Familie nach wie vor fast unvereinbar sind. Abe hat sich ja gerade die berufliche Förderung von Frauen auf die Fahnen geschrieben, zu spüren ist davon aber bisher wenig. Angesichts des sich bereits abzeichnenden dramatischen Fachkräftemangels glaube ich aber auch, dass es sich ändern wird und nur Zeit braucht. Letztlich wird aber

auch eine stärkere Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt das demografische Problem nicht lösen. Die OECD geht davon aus, dass selbst bei einer Partizipationsrate ähnlich der der Männer die Bevölkerung weiter schrumpfen würde. Japan müsste sich zusätzlich in einem Umfang für ausländische Fachkräfte öffnen, wie es sich die meisten Japaner wohl kaum vorstellen können und wollen. Bisher hat Japan durch Innovation den demografischen Wandel abgefangen. Mit einer rapide alternden Bevölkerung wird dies aber immer schwerer. Persönlich habe ich das Gefühl, dass Japan lieber wie prognostiziert schrumpfen wird, ehe man im großen Stil Ausländer ins Land holt.

Chancen im Energie- und Medizinmarkt

IAP: Trotz vieler Herausforderungen bietet Japan nach wie vor einen attraktiven Markt mit einer kaufkräftigen Bevölkerung. Welche Bereiche erachten Sie als besonders vielversprechend für deutsche Unternehmen?

Prof. Goydke: Japanische Unternehmen und Verbraucher achten zwar mittlerweile auch mehr auf den Preis, aber letztlich wird in Japan für gute Produkte immer noch gut gezahlt, so dass die Margen in der Regel höher liegen als in vielen Referenzmärkten. Neben den Bereichen, in denen deutsche Unternehmen bereits seit langem gut in Japan etabliert sind, also im Maschinen- und Anlagenbau, Automobilbe-

reich sowie der Chemie- und Pharmaindustrie, ergeben sich gerade auch für mittelständische Unternehmen Chancen in Bereichen, in denen japanische Unternehmen nach wie vor schlechter aufgestellt sind bzw. die Bedarfe sehr hoch sind. Seit Fukushima ist das der Bereich der erneuerbaren Energien oder auch die Medizin- und Gerontotechnik. Aber auch bei dem, was bei uns intensiv unter dem Stichwort „Industrie 4.0“ diskutiert wird, also insbesondere die Einbindung des Mittelstands in die digitale Welt, hat Japan noch Nachholbedarf.

IAP: Die Olympischen Sommerspiele 2020 in Tokyo werden Japan zu einem wirtschaftlichen Aufschwung verhelfen. Wie sind Ihre Erwartungen an die Olympiade?

Prof. Goydke: Von den Spielen werden vor allem die Baubranche und der Tourismus profitieren. Wie nachhaltig die Investitionen sein werden, hängt sicher davon ab, ob man von den Fehlern anderer lernt und kluge Konzepte für die Nachnutzung der Spielstätten und der damit verbundenen Infrastruktur entwickelt. Bemerkenswert ist, dass das Organisationskomitee jetzt bereits die höchste jemals erreichte Summe an Sponsorengeldern eingesammelt hat (1,4 Mrd. Euro). Das zeigt, welche Bedeutung die japanischen Unternehmen dem Event beimessen. Japan verzeichnet seit einiger Zeit bereits einen starken Anstieg an Touristen (2014 sind die Besucherzahlen um 30 Prozent gestiegen) vor allem aus den asiatischen Ländern. Olympia dürfte dem noch einen weiteren Schub geben. Insgesamt bietet Olympia die große Chance, in vergleichbar kurzer Zeit nicht nur die Infrastruktur sondern auch das Image zu modernisieren.

Japan als guter Markt für TRUMPF Werkzeugmaschinen

Wirtschaftswachstum ist das große Ziel der Abe-Regierung. Dank der vor etwa zwei Jahren eingeleiteten Yen-Abwertung verdienen die japanischen Unternehmen heute sehr gut.

In der Logik der japanischen Regierung beruht eine Belebung der Wirtschaft auf der Industrieproduktion. Um hier weiter wettbewerbsfähig zu sein, reicht die Wechselkurs-Politik nicht aus. Die Fertigung muss vielmehr technologisch modern ausgerüstet und effizient organisiert sein. Auch eine stärkere Vernetzung im Sinne von „Industrie 4.0“ steht bei vielen Unternehmen im Fokus.

Nachholbedarf in der Industrie

Branchenstudien haben ergeben, dass die Maschinen in japanischen Fabriken derzeit durchschnittlich fünf Jahre älter sind als die in Europa und den USA. Die Regierung hat dieses Defizit erkannt und bereits drei Programme zur Investitionsunterstützung bei Maschinenbeschaffungen aufgelegt. Die guten Gewinne der Firmen sowie der Wille, die einheimische Produktion nicht weiter absinken zu lassen, haben dazu geführt, dass die Investitionsrate für Ausrüstungsgüter 2015 nach derzeitigen Prognosen zweistellig steigen wird. Das wäre der beste Wert seit Jahrzehnten.

Weil seit der Abschaltung der meisten Kernkraftwerke die Stromkosten

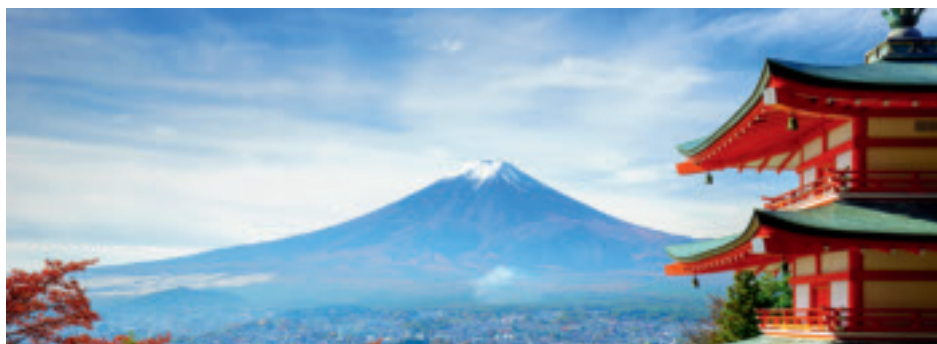
kontinuierlich steigen, wird explizit die Anschaffung von Maschinen und Anlagen gefördert, die Stromeinsparungen ermöglichen. Mit der neuesten Antriebstechnik und dem Wechsel von CO₂- auf Festkörperlaser erfüllen Trumpf-Werkzeugmaschinen diese Kriterien häufig besser als die japanische Konkurrenz.

Energieeffiziente Technologien gefragt

Diese Trends haben dazu geführt, dass Trumpf in Japan seit drei Jahren zweistellige Wachstumsraten verzeichnen kann. Eine ähnliche Größenordnung zeichnet sich auch für das im Juni zu Ende gegangene Geschäftsjahr 2014/15 ab. Wichtige Voraussetzung für die Umsetzung des Potentials ist das langjährige Engagement von TRUMPF in Japan mit einem landesweiten Servicenetzwerk und teilweise lokalisierter Fertigung. Denn so kann Trumpf für



japanische Kunden als vorteilhafte, risikolose Alternative zur einheimischen Konkurrenz auftreten.



Praxis



Dr.-Ing. Mathias Kammüller ist Geschäftsführer der TRUMPF GmbH + Co. KG, OAV-Präsidiumsmitglied, Länderausschussvorsitzender für Japan im OAV sowie Honorarkonsul von Japan für das Land Baden-Württemberg.

Japan – Trends und Perspektiven

Seit dem Antritt der Regierung Abe hat sich die Wahrnehmung Japans in Deutschland spürbar verändert. Deutsche Unternehmen beginnen sich wieder für Japan als Markt und/oder Standort zu interessieren – Dank eines riesigen finanzpolitischen Versuchs der japanischen Regierung – den „Abenomics“.

Es ist nicht übertrieben festzustellen, dass Japan zwei Jahrzehnte aus dem deutschen Blickfeld nahezu verschwunden ist. Zum Pauschalurteil „schwierig“ gesellte sich ein Bild, dass ein Land voller Probleme zeigte. Und so viel war ja richtig: Die japanische Wirtschaft stand vor großen Problemen, die Gesellschaft erwies sich als hartnäckig verschlossen, und die Politik schien dem drohenden Zurückfallen Japans in der Konkurrenz der Staaten tatenlos zuzusehen. Wichtiger noch aus Sicht der interessierten deutschen Unternehmerschaft war, dass mit China ein Betätigungsfeld zur Verfügung stand, das alles bisher Gekannte in den Schatten stellte.

Es ist sehr ratsam, sich davon nicht den Blick darauf verstellen zu lassen, was eben nicht erst seit „Abenomics“ in der japanischen Unternehmenswelt passiert. Konfrontiert mit einer abnehmenden Bevölkerung, also einer Situation, in der nicht durch mehr Arbeitskräfte und mehr Konsumenten quasi automatisch ein Mehr an Wirtschaftsleistung zustande kommt, besteht ein über das Normalmaß hinausgehender Stachel zur Erhöhung der Produktivität. Das ist flächendeckend durchaus gelungen. Das Bruttoinlandsprodukt pro Einwohner im arbeitsfähigen Alter liegt auch in den vermeintlich verlorenen Dekaden auf deutschem Niveau und übersteigt dasjenige der USA und Rest-Europas deutlich. Japans Industrie hat es dabei nicht bewenden lassen. Ausgestattet mit erheblichen Kassenbeständen hat man konsequent Investitionen in ausländischen Märkten getätigt. Und hier hat es einen häufig von deutschen Augen verpassten Wandel gegeben. Europa, das in naher Zukunft vor ganz ähnlichen Problemen z.B. in Sachen Demographie wie Japan steht, ist für die japanische Industrie deutlich hinter die Länder der

ASEAN-Gruppe zurückgefallen. Dies lässt sich z.B. daran bebildern, dass Japans Außenwirtschaftsagentur JETRO in den letzten Jahren 11 Büros in Europa geschlossen und 12 in ASEAN eröffnet hat. Und auch diese Zahl ist eindrucksvoll: Japans Unternehmen investieren in ASEAN mehr als alle EU-Unternehmen; und doppelt so viel wie chinesische. Für die deutsche Industrie bedeutsam ist in diesem Zusammenhang, dass diesen Weg insbesondere die japanischen Großunternehmen gegangen sind. Überraschend häufig haben deren japanische Zulieferer aus dem mittleren und kleinen Segment diesen Schritt nicht (mit)gemacht. Und die japanischen Tochtergesellschaften im Ausland sind darüber hinaus längst nicht so beziehungsstreu ihren angestammten japanischen Zulieferern und Partnern gegenüber wie es häufig kolportiert wird. Man sieht sich nach geeigneten Partnern um. Dies ist eine Chance für deutsche Unternehmen. Es ist allerdings von erheblichem Vorteil, wenn man bereits einen handfesten Bezug zu Japan hat und dies nachweisen kann. Das gilt einmal im Hinblick auf die notwendige Kenntnis der japanischen Geschäftsusancen und zum anderen schafft es Vertrauen; ein immer noch nicht hoch genug zu bewertendes Gut. Hat man beides nicht „im Hause“ empfiehlt es sich dringend, hierfür Partner zu suchen.

Das oben Gesagte gilt weiterhin und verstärkt für eine Betätigung im Markt Japan selbst. Hinzu tritt häufig eine Sprachbarriere, denn auch im Jahre 2015 und 5 Jahre vor den Olympischen Spielen in Tokyo ist man bis in die höchsten Stellen in Japan erstaunlich rat- und fantasielos, wie man die Japaner für die englische Sprache begeistert.

Die Aussichten für ein Anziehen der Investitionen in Maschinen in Japan verbessern sich derweil. Dies auch deshalb,

weil die seit Jahren steigende Nutzungsdauer der Maschinen in vielen japanischen Fabriken ein deutlicher Hinweis auf einen Investitionsstau ist. Allerdings sollte man bereit und in der Lage sein, die technischen Spezifikationen auf die Kundenwünsche anzupassen. Zudem besteht auf japanischer Seite weiterhin die Neigung in technische Verbesserungen bestehender (Alt)Anlagen zu investieren anstatt in Neuanlagen.

Und im Falle etwaiger technischer Probleme bei den gelieferten Maschinen und Anlagen sollte man einer weiteren Besonderheit in den japanischen Betrieben ausreichend Beachtung schenken: Es geht nicht nur darum das technische Problem zu beheben, sondern dem Kunden den Grund für die Probleme und den Lösungsansatz vorbehaltlos und vollumfänglich zu nennen, damit er weiterhin aus tiefer Überzeugung und mit gutem Gefühl die Partnerschaft mit Leben erfüllt.

Die Fa. ILLIES in Japan begleitet die oben erwähnten Entwicklungen seit langem. Als sehr hilfreich angesichts der japanischen Auslandsinvestitionen in ASEAN hat sich das ILLIES Netzwerk erwiesen. Aber, und auch dies sei abschließend gerade gerückt, die Investitionen in Japan selbst sind von überragender Bedeutung. Japan ist keineswegs eine Volkswirtschaft im Zustand der Desinvestition. Hier findet Geschäft statt. Und wenn man sich durch Verlässlichkeit auszeichnet und vom Willen zu gemeinsamen Lösungen leiten lässt, dann wird man mit japanischen Kunden dauerhafte Beziehungen entwickeln.



Entwicklung Japans aus Sicht von Bayer

Die Vergabe der Olympischen Spiele 2020 an Tokio, die Verdopplung des Nikkei-Index seit 2012, höhere Unternehmensgewinne und vor allem das Versprechen von Ministerpräsident Shinzo Abe, die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt nachhaltig zu alter Stärke, zu führen gibt Japan wieder Hoffnung.

Seit dem Amtsantritt im Dezember 2012 strebt Abe mit seiner „Drei-Pfeile-Strategie“ die Revitalisierung der Wirtschaft an. Allerdings erhielt der anfangs vergleichsweise kräftige Wachstumsimpuls im zweiten Halbjahr 2014 nach einer umstrittenen Mehrwertsteuererhöhung einen Dämpfer und führte Japan in eine technische Rezession. Für 2015 wird erwartet, dass Japan wieder auf den Wachstumspfad mit einem Zuwachs des Bruttosozialproduktes von 1,3 Prozent zurückkehrt. Um dies nachhaltig zu erreichen, gilt es allerdings die angekündigten Struktur-reformen, insbesondere durch die folgenden entscheidenden Maßnahmen zeitnah umzusetzen: das Aufbrechen des inflexiblen Arbeitsmarktes, die Senkung der Unternehmenssteuern sowie Reformen in der Agrarwirtschaft und im Gesundheitswesen.

Höhere Löhne und Investitionen sind notwendig

Ein weiterer Eckpfeiler der strukturellen Reformen in Japan ist die Belebung des privaten Verbrauchs, der fast 60 Prozent der inländischen Nachfrage ausmacht. Denn die Realität für den durchschnittlichen Arbeitnehmer in Japan sieht aktuell noch eher ernüchternd aus: Während die Preise so schnell steigen wie seit fünf Jahren nicht mehr, stagnieren die Einkommen seit Jahrzehnten – ein realer Verlust der Kaufkraft. Das Problem besteht darin, dass die Unternehmensgewinne nicht in höhere Löhne und Investitionen zurück-

geführt werden. Die derzeitige und lange Zeit mangelnde politische Stabilität bietet nun die einmalige Chance, die notwendigen Strukturmaßnahmen anzuschieben um Japan zur alten Stärke zurückzuführen.

Bayer ist mit „Science For A Better Life“ und seinen Kernkompetenzen auf den Gebieten Gesundheit, Agrarwirtschaft und hochwertigen Polymer-Werkstoffe in Japan gut aufgestellt. Wir fühlen uns mit Japan seit mehr als 100 Jahren eng verbunden und haben Produkte, die zur Lösung großer Herausforderungen beitragen und auch Ziel der angestrebten Struktur-reformen Japans sind. Mehr als 70 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet Bayer Japan im Bereich Gesundheit, wo innovative Lösungen für die Herausforderungen einer alternativen Gesellschaft unentbehrlich sind. Vor dem Hintergrund der begrenzten Anbauflächen und dem niedrigen Grad der Selbstversorgung (unter 40 Prozent) bietet Bayer zudem leistungsfähige und zukunftsweisende Lösungen auf chemischer und biologischer Basis sowie hochwertiges Saatgut für eine moderne und nachhaltige Landwirtschaft. Zusätzlich schafft unser Polymer-Werkstoff-Geschäft Lösungen zum Thema Energieeffizienz bei der Wärmedämmung, welches nach der Abschaltung der Atomkraftwerke in Folge des Erdbebens im Jahre 2011 stark an Bedeutung gewonnen hat.



Praxis



Dr. Frank Oberndorff ist Executive Vice President Sales der ILLIES Gruppe und leitet seit April 2013 die Geschäfte der K.K. Irisu. C. ILLIES & Co. mit Hauptsitz in Hamburg blickt auf eine 156-jährige Geschichte in Japan zurück und ist damit das älteste ausländische Handelshaus in Japan.

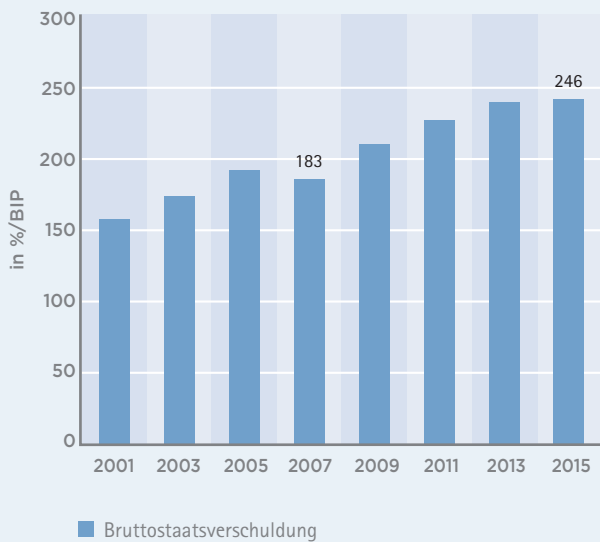


Michael König ist Mitglied des Vorstands der Bayer AG sowie Vorstandsmitglied des OAV.

Japan – Entwicklungen und Prognosen

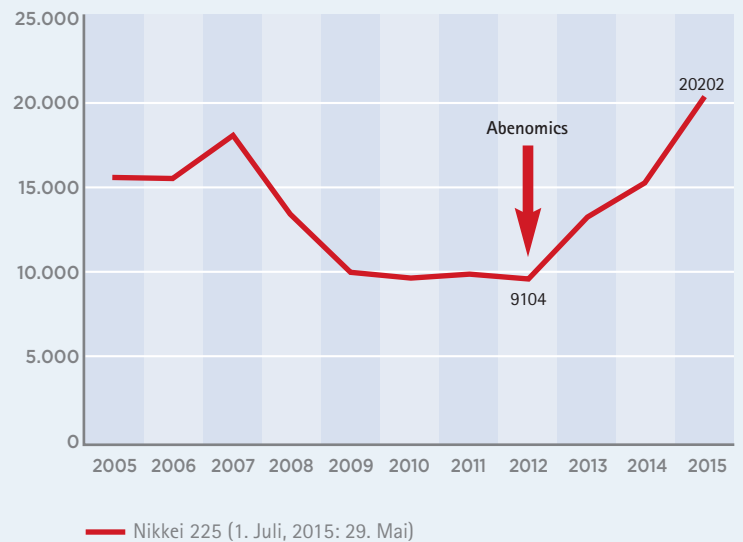
Wichtige Entwicklungen der letzten Jahre, aktuelle Indikatoren sowie Prognosen der japanischen Wirtschaftsentwicklung im Überblick.

Bruttostaatsverschuldung seit 2001



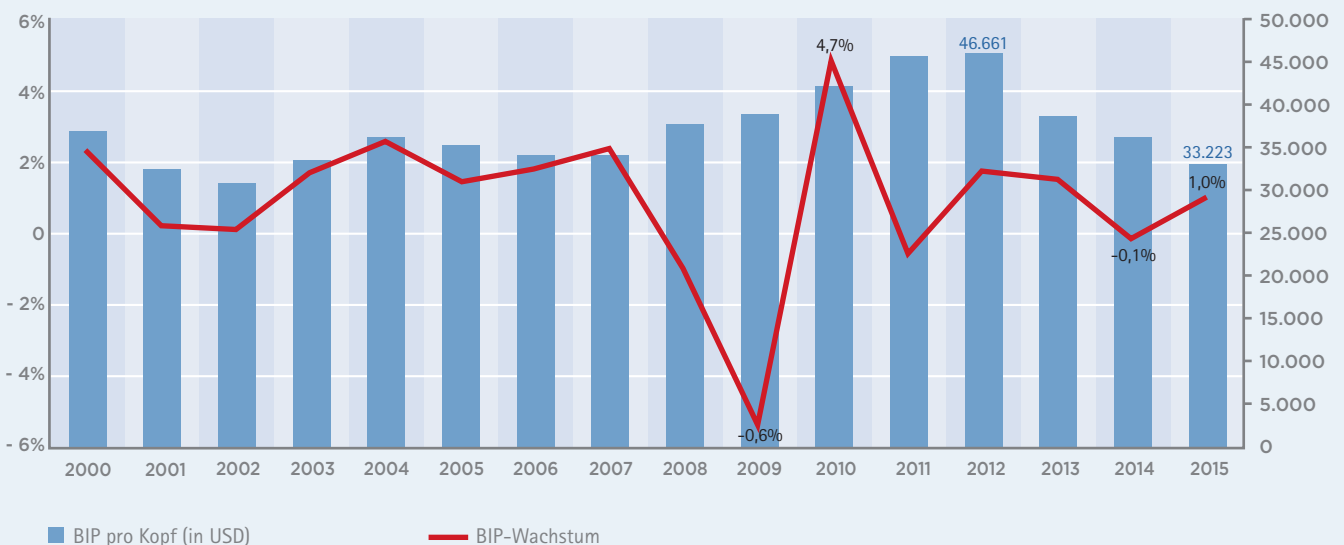
Quelle: IWF, WEO 2015

Nikkei 225 Index



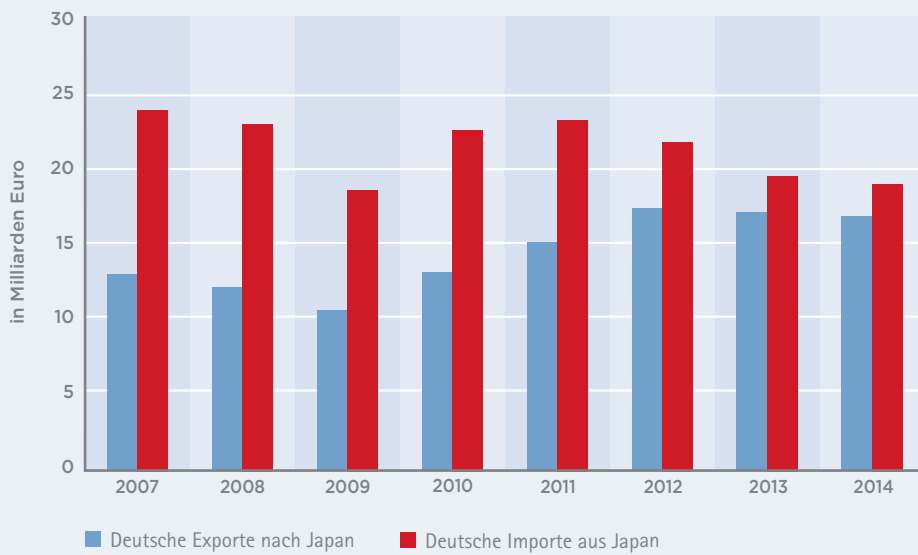
Quelle: Bloomberg

Wirtschaftswachstum in Japan



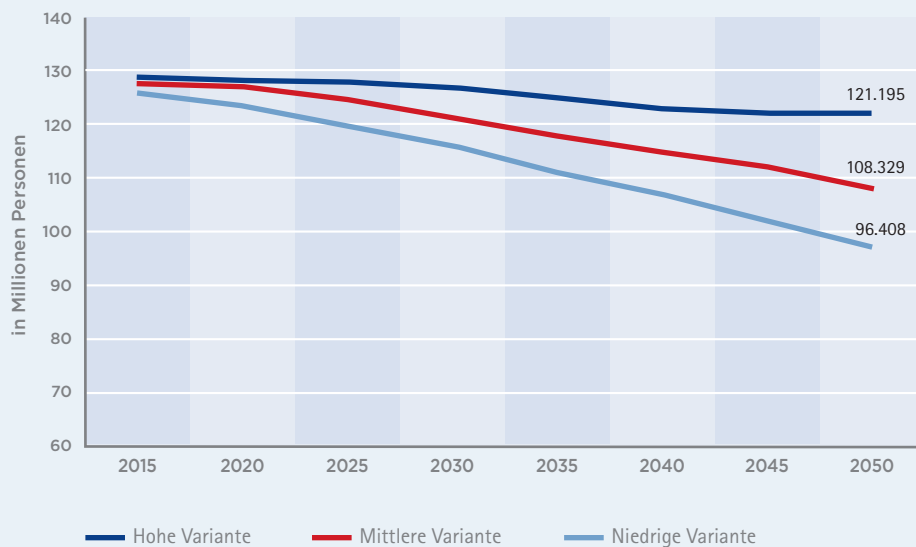
Quelle: IWF, WEO 2015

Deutsch-Japanischer Handel



Quelle: IWF, WEO 2015

Prognosen der Bevölkerungsentwicklung



Quelle: UN, Department of Economic and Social Affairs, 2012

5. OAV Young Leaders Jahreskonferenz

Mehr als 100 Young Leaders begrüßte der OAV am 11. September 2015 bei der branchenübergreifenden 5. OAV Young Leaders Jahreskonferenz in der Vertretung der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bund in Berlin. Unter ihnen waren der chinesische Botschafter, S.E. Shi Mingde, der anerkannte Wirtschaftsjournalist, Dr. Theo Sommer, sowie die Vorstandsmitglieder renommierter Unternehmen.



1



2

1 | Gruppenfoto der OAV Young Leaders gemeinsam mit den Sprechern

2 | OAV Young Leaders beim Networking Break

3 | Workshop „Szenario 2030 – Wie verändert China den Wirtschaftsstandort Deutschland?“ geleitet von Bernhard Bartsch, Bertelsmann Stiftung

4 | Staatsrat und Bevollmächtigter der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bund, Wolfgang Schmidt, Hans-Georg Frey, OAV-Vorsitzender und Vorsitzender des Vorstands der JUNGHEINRICH AG, S.E. Shi Mingde, Botschafter der Volksrepublik China, Dr. Theo Sommer, Wirtschaftsjournalist, DIE ZEIT, und Timo Prekop, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des OAV (v.l.)

5 | OAV Young Leaders Team stimmt ab

6 | Dr. Rajnish Tiwari, TUHH, in seinem Workshop zur „Produktadaption an den Zielmarkt Indien“

7 | Dr. Roman Jaklitsch, Draeger Medical South East Asia Pte. Ltd., Phuong Anh Nguyen, Country Head of Marketing Vietnam, Google Inc., Ralph Gusko, Executive Board Member Brands, R&D & Far East Region, Beiersdorf AG, und Jürgen Boyny, Gopal Director, GfK SE (v.l.) diskutieren über den Gesellschaftswandel in Asien bis 2030

8 | Staatsrat und Bevollmächtigter der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bund, Wolfgang Schmidt, während seiner Begrüßungsrede im Plenarsaal

9 | Workshop „Aufbau von Niederlassungen in Asien“ geleitet von Rainer Grünauer, TRUMPF Werkzeugmaschinen GmbH + Co. KG



3



4



5



6



8



7



9

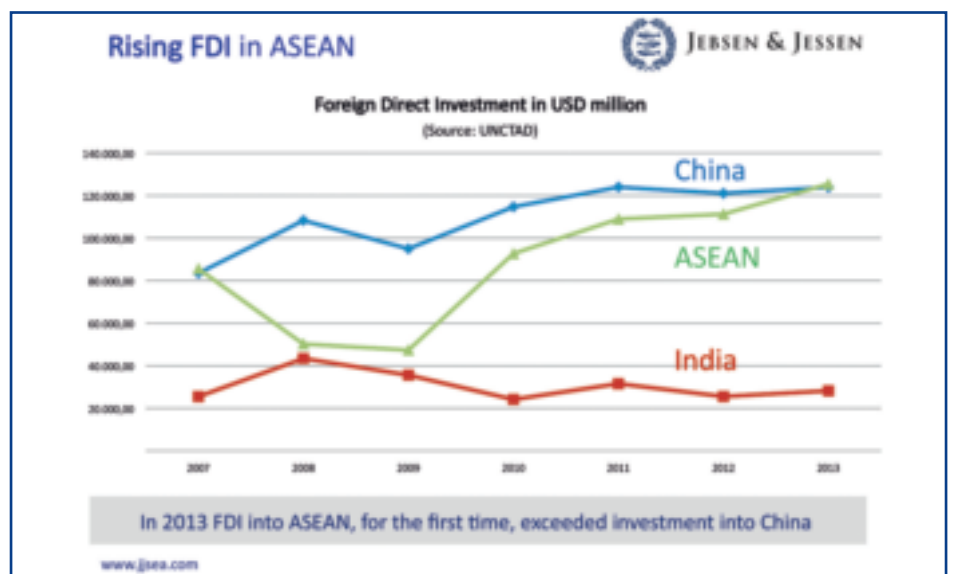
Geschäftserfahrungen in der Vielfalt Südostasiens

Im Gleichschritt mit den ASEAN-Staaten trägt auch die familiengeführte Unternehmensgruppe Jebsen & Jessen (SEA) stolz ihr Motto „Together for Tomorrow“ in die südostasiatischen Märkte – vor allem die Gruppe der Emerging Markets bietet interessierten Unternehmen außergewöhnliche Geschäftspotenziale.

Ein kambodschanischer Unternehmer benötigt für den Betrieb seiner Reismühle im Hinterland Phnom Penhs eine Dampfturbine. Um von den bevorzugten Einfuhrzöllen und Handelserleichterungen in der sich abzeichnenden Wirtschaftsgemeinschaft AEC (ASEAN Economic Community) zu profitieren, bestellt er diese in Malaysia anstatt sie von einem renommierten Anbieter aus Brasilien zu importieren. Am Ende kommt es aber doch anders als gedacht: Just auf Aggregate der Stromerzeugung erhebt Kambodscha auch auf von innerhalb der ASEAN-Gemeinschaft bezogene Produkte eine höhere Importsteuer. Weil zudem der Hafen von Sihanoukville nicht über Entladekapazitäten ausreichender Tonnage verfügt, muss die Einfuhr über den Umweg Ho Chi Minh City in Vietnam und so dann auf dem Landweg per LKW erfolgen. Aufgrund unterschiedlicher Achslastvorschriften für LKWs muss die Turbine an der Grenze zwischen Vietnam und Kambodscha dabei auch noch umgeladen werden. Zu guter Letzt fehlt es in Südostasien noch an harmonisierten Versicherungsrichtlinien, sodass der Kunde entlang der Logistikkette drei verschiedene Transportversicherungen abschließen muss.

ASEAN keine zweite EU

Was lernen wir aus dieser aus der Praxis genommenen Geschäftserfahrung? ASEAN und der angestrebte gemeinsame Wirtschaftsraum AEC sind zwar auf gutem Wege, de facto ist jedoch erst circa die Hälfte der Wegstrecke zurückgelegt. Der Waren-, Kapi-



tal- und Dienstleistungsverkehr innerhalb der ASEAN funktioniert inzwischen viel besser als in der Vergangenheit, jedoch noch immer wesentlich komplizierter als es das Zielmodell verspricht.

Jebsen & Jessen (SEA) importiert für und im Namen renommierter internationaler Technologiepartner Industriegüter sowie Leistungen in die ASEAN-Gemeinschaft hinein, produziert und vertreibt aber auch selbst mit einem breiten Portfolio von über 50 Gesellschaften und circa 4.500 Mitarbeitern innerhalb der Region. Die wohl zutreffende Beschreibung der wirtschaftspolitischen Situation der ASEAN-Staaten lautet noch immer „seemingly unified ... but frequently split and even disjointed“. Innerhalb dieser Rahmenbedingungen ist es aus dem tradierten Verständnis für die zehn Länder der Region heraus die 'value proposition' von Jebsen & Jessen, seinen Technologiepartnern den fragmentierten Markt als quasi Einheit und über eine integrierte Plattform zu öffnen.

Wie offeriert sich die Region Südostasien heute dem interessierten Investor?

Die AEC soll formell zum Jahreswechsel 2015/16 über das Taufbecken gehalten werden. Es gibt noch sehr viel Handlungsbedarf und es wird auch nur ein Start in Raten, aber die Richtung stimmt. Die Gemeinschaft der ASEAN-Staaten wächst zu einem gemeinsamen Wirtschaftsraum mit über 600 Millionen Menschen zusammen, deren Wunsch nach Entwicklung und Modernität den Wünschen der Menschen in allen anderen Erdteilen nicht nachsteht. Von unterschiedlichen Ausgangslagen kommend, weist Südostasien doch immerhin ein durchschnittliches und nachhaltiges BIP-Wachstum von etwa sechs bis sieben Prozent p.a. aus. Welches Unternehmen möchte in seiner Wachstumsstrategie da nicht dabei sein? Bei genauem Hinsehen gibt es selbstverständlich wesentliche Unterschiede.

Das industrialisierte Thailand ist als Wirtschaftsstandort attraktiver als es in westlichen Medien seit den gesellschaftlichen Unruhen und dem Militärputsch gerne dargestellt wird. Die indonesische Bevölkerung mit mehr als 250 Millionen

Hintergrund

Menschen bietet einen enormen Absatzmarkt. Jedoch konnten die langsam voranschreitenden Entwicklungen nach der Wahl des populären und integren Präsidenten Joko Widodo nicht den Erwartungen der Investoren gerecht werden. Singapur ist viel demokratischer, verlässlicher und effizienter als sein Ruf. Die Bevölkerung findet sich geschlossen hinter den Werten, für die ihr kürzlich verstorbener Staatsgründer und Vordenker Lee Kuan Yew stets gestanden hatte. Myanmar ist in aller Munde. Entsprechende Geschäfts- und Investitionsstrategien werden in den Entscheidungsgremien der meisten multinationalen und auch mittelständischen Unternehmen diskutiert.

Wahlen in Myanmar werden Reformprozess bestätigen

Die einmalige Situation dieses sich rasant öffnenden 60 Millionen Menschen umfassenden Marktes mit enormem Wachstumspotenzial lässt die Kritik an vergangenen Regimen rasch in den Hintergrund treten. Den Fortbestand der Demokratie allein an der charismatischen Aung San Suu Kyi festzumachen wäre zu kurz gesprungen, sofern man zumindest bereit ist, den Reformprozess, den die aktuelle Regierung unter Präsident Thein Sein seit 2012 mutig vorantreibt, anzuerkennen. Als die Jebsen & Jessen Gruppe vor Jahren in Myanmar mit dem dort außerordentlich renommierten Unternehmer Serge Pun ein Joint-Venture gründete, mussten wir noch abwägen, ob wegen der allgemei-

nen Skepsis und der laufenden Sanktionspolitik eine Veröffentlichung auf Seite 1 der Firmenbroschüre überhaupt opportun war. Heute hat unser inzwischen mit über 100 Mitarbeitern dort etabliertes Unternehmen einen klaren 'early comer' Vorteil. Große Namen übertragen uns das Mandat, für sie mit innovativen Produkten den Markt zu erschließen, ein Markt dessen Herstellungssektor allein nach einer Studie von McKinsey bis 2030 um das siebenfache wachsen könnte.

Ich fasse zusammen: ASEAN möchte nicht zu einer zweiten EU werden. Ein integrierter Binnenmarkt ist angestrebt, aber politische Eigenständigkeit und schon gar gesellschaftliche Unterschiede werden dabei respektiert. Ich nenne zehn Gründe, warum auch das tägliche Geschäftsleben in Asien so bereichernd sein kann: (1) Die Menschen denken regional, nicht lokal. (2) Die Menschen denken aber lokal, wenn es gilt Geschäfte kreativ umzusetzen. (3) Jede Stadt in Asien hat seine eigene etwas unterschiedliche Faszination. (4) Menschen treffen sich gerne persönlich. (5) Singapur ist dabei ein Platz der kurzen Wege und der administrativen Effizienz. (6) Menschen in Asien können offen und direkt sein, sie werden aber immer versuchen, ihrem Gegenüber einen Gesichtsvorwurf zu ersparen. (7) Expat-Netzwerke sind mitunter wesentlich intensiver gelebt, als es in Europa der Fall ist. (8) In der Regel bekommen sie ihren Einsatz zurück, harte Arbeit wird belohnt. (9) Das Lebensumfeld ist geschäftsfreundlich, Unternehmertum wird belohnt. Und schließlich (10), die Region ist ein 'Melting Pot' von Geschäfts- und Marketingveranstaltungen. Man lernt jeden Tag aufs Neue interessante Menschen kennen, die mit Ihnen diese genannten zehn Punkte teilen.



Fritz Graf von der Schulenburg ist Länderausschussvorsitzender für Kambodscha im OAV, Executive Vice Chairman und Vorstandsmitglied der Jebsen & Jessen (SEA) Gruppe mit Sitz in Singapur. Das Unternehmen unterhält seit 50 Jahren Industrie-, Engineering- und Distributionsaktivitäten in allen Ländern Südostasiens. Er ist außerdem Mitglied des Vorstandes der Singapore International Chamber of Commerce SICC, und leitet dort das Emerging Markets Committee, das aufgrund der Aktualität inzwischen in ASEAN Committee umbenannt wurde.

www.jjsea.com

Democracy Still Taking Root in Bhutan

Bhutan was a latecomer to democracy. The small Himalayan kingdom joined the ranks of democratic nations only in 2008, when the first national elections were held and its constitution approved. But since then, how is democracy developing in the country?

Elections are the most visible symbols of democratic rule. There have been two national elections – in 2008 and 2013 – to choose the members of the partisan National Assembly and the non-partisan National Council.

The system seems to be working well. The 2013 election saw greater political competition with two new parties running alongside the two original parties for the National Assembly. And there were more candidates for positions in the National Council. This non-partisan body acts as the house of review in the Bhutanese parliament.

In 2013, control of government changed hands from the Druk Phuensum Tshogpa Party (DPT or Bhutan Peace and Prosperity Party) to the People's Democratic Party (PDP) after the DPT was unable to entrench itself following its first term. There were very few occurrences of the election malpractices evident in Bhutan's South Asian neighbours. Electoral violence is virtually unknown and vote-buying is

rare. The Election Commission runs a tight ship and vigilantly enforces the long list of electoral rules.

Democracy also reached subnational levels in 2011 with the first local government elections. The elections ran fairly smoothly although in some places there was only one candidate. Such aspirants to political office are, however, still subject to a “yes” or “no” vote. Local government has assumed growing significance as development funds have been decentralized to the subnational territories for local citizens and their elected leaders to choose what projects they will have in their areas.

Various institutions associated with good democratic practice have also been performing well. The parliament is orderly and goes about its work with purpose and in a spirit of cooperation. The judiciary has been seen to be acting independently and takes its role of guardian of the constitution seriously, such as when it found the speaker and a cabinet minister of the former govern-

ment guilty of illegal land dealings. The judiciary has also been undergoing modernization by appointing younger judges with modern legal training.

The Anti-Corruption Commission (ACC) and the Royal Audit Commission (RAC) have been very successful in addressing corruption which the king has identified as “the highest probable risk to development”. An external evaluation in 2013 noted the considerable progress that had been made in preventing and prosecuting corruption. This is reflected in Bhutan's rise from 45th position in 2008 to 30th in 2014 in Transparency International's Corruption Perceptions Index, well above most developing countries and even some in Western Europe. The activities of the ACC and RAC are also appreciated by citizens who reported in a 2012 survey that they believed corruption had declined.

But it has not been just good news. The turnouts for both the 2013 National Council and National Assembly elections fell from the 2008 figures. For the National Council election, only 45 per cent of registered voters turned out, down from 53 per cent in 2008. The preliminary election for the National Assembly (where the two parties contesting the general election are chosen) attracted a 55 per cent turnout. The general election saw 66 per cent of registered voters at the polling stations, down from 79 per cent in 2008.

If these trends continue at the next set of elections in 2018, there will be concerns about how committed Bhutan's citizens are to democracy. Parties remain weak institutions with small levels of funding, low memberships – between 135 and 799 members in 2013 – and are governed by strict rules.

All parties and candidates must promote national unity and the state



Administrative center and the seat of the Government of Bhutan until 1955, Punakha Dzong, Bhutan

development philosophy of gross national happiness, reflecting the concern for stability in the Bhutanese policy. Another indicator of this is that only two parties can contest the general election. This ensures that there will be a government party and an opposition party – no coalitions or shifted allegiances can occur for the five-year duration of the parliament.

Women Empowerment versus Cultural Beliefs

Bhutan's already low female representation fell lower in 2013. No women were elected to the National Council and only four to the 47-person National Assembly. Female candidates were in short supply, a reflection of demography and culture. There are fewer eligible women than men because all candidates must have a university degree and there are far fewer women with such qualifications. There are also cultural beliefs concerning the role and status of women which militate against their standing and winning. While the two new parties for 2013 were headed by women, both lost in the preliminary election for the National Assembly.

The constitution guarantees a variety of freedom to citizens of Bhutan. One is freedom of association. But this has not led to a flourishing civil society. Apart from political parties there are some non-governmental organisations (NGOs) in areas such as women's and children's issues and environment. But NGOs must not stray into areas that might be perceived as threatening national security such as

refugees and human rights. There are no trade unions, and demonstrations – though not illegal – simply do not occur.

Freedom of religion is also declared in the constitution and the state is officially secular. However, the constitution also notes that society is “rooted in Buddhism”, the dominant religion with 75 percent of citizens as adherents. The state gives support to Buddhist monasteries and associated religious activities although monks are barred from politics. Missionaries of all persuasions are banned while the government gives approval for religious buildings.

Freedom of expression is also assured in the constitution. The advent of democracy has led to considerable growth of mass media, especially newspapers and radio. The two television channels are still state-owned. While mass media do publish stories critical of government, there appears to be self-censorship. Newspapers have small circulations and are highly dependent on government advertising and this financial clout appears, at times, to have been used to influence content. The 2014 Reporters Without Borders ranking of media freedom saw Bhutan slip ten places to 92 out of 180 countries but still ahead of its South Asian neighbours.

Social media have taken off. This has provided opportunities for more critical voices via the mobile phones that have penetrated the farthest corners of the remote country.

From the very beginning, Bhutan took an unusual path to democracy. It was decreed by the Fourth King as his “gift” to the nation. But although his citizens could not refuse the gift, the question of whether they have fully accepted it remains unanswered.



Mark Turner is Visiting Professor at the University of New South Wales at the Australian Defence Force Academy, Canberra.

www.eastasiaforum.org/author/mark-turner/

www.eastasiaforum.org

Multi-Stakeholder-Partnerschaften gegen Fachkräftemangel

Ergiebige Märkte, große Potentiale und entdeckungshungrige deutsche Firmen – der Raum Asien-Pazifik ist scheinbar ein natürlicher Wachstumsmotor. Dass er oft nicht seine volle Kraft entfalten kann, hängt stark mit dem Mangel an qualifizierten Fachkräften zusammen.

Nicht nur bei „Neuentdeckungen“ wie Myanmar oder vergleichsweise kleinen Republiken wie Osttimor – auch in Ländern, mit und in denen deutsche Unternehmen schon lange Erfahrungen und Erfolge haben, ist die Suche nach den richtigen Mitarbeitern ein zentrales Thema. In Indien oder Thailand haben Unternehmen aufgrund des Fachkräftemangels den Markteintritt oder das geplante Wachstum nicht bewältigen können.

Deutsche Fachkräfte sind unabdingbar beim Aufbau eines Standortes oder eines neuen Programmes – ihr dauerhafter Einsatz an den Zielmärkten ist aber weder ressourceneffizient, skalierbar noch nachhaltig.

Überraschende Perspektive

Der Blick auf die Herkunft dieses Textes mag überraschen – welchen Beitrag kann eine deutsche Nichtregierungsorganisation (NRO) bei der Bewältigung dieser Herausforderung leisten? Typische Partner für Unternehmen sind hier doch ihre Verbände, die Kammern oder die Organe der staatlichen Entwicklungszusammenarbeit.

Don Bosco Mondo, 1980 als Initiative im ehemaligen Regierungsviertel in Bonn gegründet, heute eine weltweit tätige NRO, hat ein besonderes Netzwerk (zu dem natürlich auch die oben genannten Akteure gehören). Der große Unterschied: Die Partner vor Ort sind die Salesianer Don Boscos und die Don Bosco Schwestern, die in mehr als 130 Ländern für benachteiligte und marginalisierte Kinder und Jugendliche tätig sind. In über 700 Berufsbildungszentren werden rund 225.000 junge Menschen beruflich ausgebildet. Die Salesianer vermitteln in fast 7.000 Einrichtungen ca. 16 Millionen jungen Menschen Wissen, Können und Orientierung. Der katholische Priester Giovanni Bosco gründete den Orden 1862 in Turin und sendete schon früh Mitglieder in andere Länder mit ähnlichen Herausforderungen.

Die Don-Bosco-Pädagogik ist überraschend modern: Sie steht für fürsorgliche Zuwendung und professionelle Begleitung; vermittelt jungen Menschen neben dem Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten auch Werte wie Kreativität, Teamgeist, Zuverlässigkeit, Toleranz und Respekt. Werte, die auch jeder Arbeitgeber zu schätzen weiß.

Fokus Unternehmenskooperation

Berufliche Bildung braucht die enge Zusammenarbeit mit Unternehmen. Dabei geht es um den konkreten Ausbildungsbedarf der Märkte, praxisnahe Ausbildungsgänge, Firmenpraktika und einen guten Arbeitsplatz. Keine Überraschung also, dass Don Bosco Mondo den spezialisierten Bereich Unternehmenskooperation implementiert hat. Berufliche Bildung kann den Fachkräftemangel der Wirtschaft bekämpfen und gleichzeitig dem NRO-Kernziel der Armutsbekämpfung dienen. Für marginalisierte Jugendliche – unabhängig von Religion, Nationalität und Geschlecht. Nach den Grundsätzen der Ausrichtung am Arbeitsmarkt und die Verbindung zur lokalen Wirtschaft, also einfachsten non-formalen Kurzkursen über individuelle Weiterbildungen für Firmen bis zu staatlich anerkannten Berufsausbildungen.

Success Stories

Auf den Philippinen ist Don Bosco Mondo schon lange aktiv, besonders nachhaltig als Partner des Automobilherstellers Porsche. Der Bedarf an Fachkräften im After Sales der Märkte in Middle East motivierte das Unternehmen zu die-



ser Kooperation: Seit 2008 werden jährlich sozial benachteiligte Jugendliche zu Service-Mechatronikern ausgebildet. Die Lerninhalte werden kompetenzorientiert in drei Stufen vermittelt: Eine zehnmonatige Basisausbildung am Don Bosco Technical Institute, nach der die jungen Techniker später überall einsetzbar sind – über den Bedarf von Porsche hinaus. Anschließend qualifizieren sich ausgewählte Auszubildende in zwei weiteren Modulen speziell für Porsche weiter. Aus ihnen werden Fachkräfte, die mit Stolz ihre Familien ernähren. So profitieren die jungen Menschen, die Kunden und die Porsche-Handelsorganisation von dem Programm.

„Erfolg darf multipliziert werden.“

Ein weiteres Projekt, das ganz andere Voraussetzungen hatte, aber ebenso gute Erfolge aufweisen kann, ist die Grohe Dual Tech am St. Joseph's Industrial Training Institute, einem Don Bosco-Institut, die 2009 in Mumbai-Kurla gegründet wurde. Auch dort sollte drängender, konkreter Bedarf gedeckt werden. In Indien fehlten Installateure, die in der Lage waren, die hochwertigen Sanitärprodukte fachgerecht einzubauen. Um das zu ändern, folgt dort nach einer Grundlagenausbildung die Qualifizierung zum Vorarbeiter. Ohne staatliche Gelder initiiert, wurden 2014 beispielweise über 140 junge Menschen ausgebildet, die auf dem Arbeitsmarkt hervorragende Perspektiven haben. Erfolg darf multipliziert werden. Grohe erweitert die Akademie in Mumbai und richtet neue Ausbildungsstätten in Neu-

Delhi und auf den Philippinen ein; diesmal mit Unterstützung der DEG.

Ein Beispiel aus dem Jahr 2014 zeigt, wie Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft von Anfang an Hand in Hand gehen können. Lorch Schweißtechnik GmbH und die Tochtergesellschaft Lorch India Welding Products Pvt. Ltd. haben in ein neues Kompetenz-Center samt Schulungszentrum und Ausbildungsstätte investiert, gefördert von der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH (DEG) im Rahmen des develoPPP.de-Programmes. Mit der offiziellen Einweihung des neuen Standorts in Pune hat Lorch India neben Kolkatta eine zweite dauerhafte Präsenz im Land. Pune ist ein Zentrum für Automobilhersteller, deren Zulieferer und die verarbeitende Industrie. Von diesem Stützpunkt aus bietet Lorch Beratungen, Vorführungen, Service und Ersatzteilversorgung auf höchstem Niveau.

Dem Kompetenz-Center ist die Lorch Don Bosco Welding Technology School of Excellence angeschlossen. Um auf dem neuesten technologischen Stand auszubilden, wurde das Zentrum mit 20 vollausgestatteten Schweißkabinen, neuesten Maschinen und Werkzeugen ausgerüstet. Das Ausbildungsengagement ist für Lorch ein zentraler Bestandteil des gesellschaftlichen Engagements des Unternehmens. So werden entwicklungsrelevante Impulse gegeben, und junge Menschen aus armen und gesellschaftlich benachteiligten Schichten bekommen Zugang zu einer qualifizierten Ausbildung und damit zu einem Arbeitsplatz. Zusätzlich möchte Lorch als einer der technologischen Marktführer das Qualitätsbewusstsein stärken und zu einer verbesserten Wahrnehmung des Berufsbilds Schweißer beitragen.



Dr. Susanne Käthe Franke arbeitete lange Jahre in der freien Wirtschaft, Schwerpunkte waren Projektleitung in der Kommunikation und anschließend Projekt-, Abteilungs- und Bereichsleitung in der IT-Branche. In der Nichtregierungsorganisation Don Bosco Mondo e.V. baute sie den Bereich Unternehmenskooperation mit auf. Sie ist Account Managerin für Partner der Wirtschaft und der Entwicklungszusammenarbeit. Der Fokus ihrer Arbeit sind Consulting und Projektentwicklung.

www.don-bosco-mondo.de

5. OAV Young Leaders Jahreskonferenz

Am 11. September richtete der OAV die mittlerweile fünfte OAV Young Leaders Jahreskonferenz in Berlin aus. Über 100 asieninteressierte Nachwuchsführungskräfte trafen sich in der Landesvertretung der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bund zum Austausch über das oft zitierte „asiatische 21. Jahrhundert“ und die sich hierdurch ergebenden Chancen und Herausforderungen für deutsche Unternehmen.

Als zentrales Netzwerkevent für die OAV Young Leaders bietet die OAV Young Leaders Jahreskonferenz die Gelegenheit zum branchenübergreifenden Austausch untereinander und mit erfahrenen Wirtschaftsvertretern sowie regionalen Experten auf Augenhöhe. Den Rahmen der diesjährigen Veranstaltung bildeten Vorträge, Diskussionsrunden sowie interaktive Workshops zu aktuellen Themen mit Bezug zur deutschen Asienwirtschaft.

Am Morgen des Veranstaltungstages hießen Timo Prekop, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des OAV und Wolfgang Schmidt, Staatsrat und Bevollmächtigter der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bund, bei der Europäischen Union und für Auswärtige Angelegenheiten, die versammelten Young Leaders willkommen. Nach der anschließenden Begrüßung durch Herrn Hans-Georg Frey, OAV-Vorsitzender und Vorsitzender des Vorstands der Jungheinrich AG, sprach dieser aus seinen langjährigen Asienereferenzen und vermittelte den versammelten Nachwuchsführungskräften ein eindrückliches Bild der Herausforderungen, denen sich diese in Zeiten einer zunehmend komplexeren und multikulturelleren Welt gegenüberstehen.

Börsenkrise ist relativ

S.E. Shi Mingde, Botschafter der Volksrepublik China in Deutschland, räumte in seiner Ambassador's Speech ein, dass sich China gegenwärtig zahlreichen wirtschaftlichen und ökologischen Herausforderungen gegenüber sieht. Die Volksrepublik unternimmt daher derzeit große Anstrengungen, um



S.E. Shi Mingde, Botschafter der Volksrepublik China in Deutschland

ihre Wirtschaft auf einen nachhaltigen Pfad zu führen, was insbesondere den verantwortungsvollen Umgang mit ihrer Umwelt beinhaltet. Weiterhin betonte der Botschafter, dass die aktuelle Debatte über die sich abschwächende Konjunktur in China nicht überzubewerten sei. Die rückläufigen Wachstumswerte seien als logische Konsequenz der gewollten Transformation von einem quantitativen zu einem qualitativen Wachstum zu sehen. Zudem stellen die sinkenden Börsenkurse aufgrund der vergleichsweise jungen chinesischen Börsengeschichte keine Besonderheit dar, zumal die Kurse lediglich auf Vorjahresniveau zurückgefallen sind. Abschließend richtete der Botschafter den Appell an die Zuhörer, der Volksrepublik Zeit einzuräumen, um ihre Wirtschaft weiterhin erfolgreich gestalten und reformieren zu können.

Nach einer kurzen Pause erläuterte Dr. Theo Sommer, einer der renommiertesten deutschen Journalisten, in seiner Rede mit dem Titel „Asiens Aufstieg, des

Westens Niedergang?“ kenntnisreich, warum die wirtschaftliche Aufholjagd der asiatischen Volkswirtschaften der letzten Dekaden eigentlich nur eine Rückkehr zum Status Quo sei. Er legte dar, dass dieser Aufstieg auch von vielen Herausforderungen für die asiatischen Staaten begleitet sei und nicht zwingend den Niedergang der westlichen Mächte bedeuten müsse.

Zukunft hat in Asien bereits begonnen

In der folgenden Paneldiskussion, moderiert durch Jürgen Boyny, Gopal Director, Consumer Electronics der GfK SE, äußerten sich die Panelisten Ralph Gusko, Executive Board Member Brands, R&D & Far East Region, Beiersdorf AG, Dr. Roman Jaklitsch, President Region Asia-Pacific Medical & Safety,



Service

Draeger Medical South East Asia Pte. Ltd., und Phuong Anh Nguyen, Country Head of Marketing Vietnam, Google Inc., zu Ihren Sichtweisen auf das „asiatische Jahrhundert“ und die Auswirkungen einer wachsenden Mittelschicht Asiens auf ihre Unternehmensstrategien. Im Vordergrund stand hier auch die Frage, ob grundlegende technische Innovationen in Zukunft auch in Asien stattfinden würden und die Region somit zum Trendsetter für die gesamte Welt werden könnte.

Im Anschluss an den Networking Lunch wurden drei parallele Workshops angeboten. Der Workshop „Szenario 2030: Wie verändert China den Wirtschaftsstandort Deutschland?“ geleitet von Bernhard Bartsch, Senior Expert Programme Germany and Asia, Bertelsmann Stiftung, bot eine Anleitung zum Denken in strategischen Alternativen. Die Teilnehmer durchspielten sechs unterschiedliche Szenarien, darunter Chinas Aufstieg zur globalen Leitmacht, aber auch den wirtschaftlichen Zusammenbruch. Eine Erkenntnis dabei: Je bildlicher man sich ausmalt, wie China künftig aussehen könnte, umso konkreter kann man darüber diskutieren, was dies für Deutschland bedeuten könnte.

Schnellebige Entwicklungen verfolgen und sich anpassen

Einen weiteren Workshop leitete Rainer Grünauer, OAV-Regionalsprecher der Young Leaders für Baden-Württemberg, der im Rahmen seines Vortrags „Aufbau von Niederlassungen in Asien“

die Herausforderungen für kleine und mittelständische Unternehmen beleuchtete. Dabei wies Herr Grünauer speziell auf die Vor- und Nachteile bezüglich des Markteintritts mit einer eigenen Tochtergesellschaft hin. In lebhaften Fragerunden und Diskussionen konnten die Teilnehmer ihre eigenen Erfahrungen einbringen und sich gegenseitig austauschen.

Spezifischer wurde es in dem Workshop „Produktadaption an den Zielmarkt Indien“ von Dr. Rajnish Tiwari, Senior Research Fellow, Technische Universität Hamburg-Harburg (TUHH). Die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen in Indien ist geprägt von vielen kulturellen, sozialen und ökonomischen Gegebenheiten, die eine genaue Anpassung an die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe erfordern. Den Bedarf an Produktanpassung für den indischen Markt und seine Ursachen zu verstehen und die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen in umfangreichen Diskussionen und im Erfahrungsaustausch gemeinsam zu eruieren, war die Zielsetzung. Man war sich einig, dass Produkte, die primär für den deutschen bzw. globalen Markt entwickelt worden sind, in vielen Fällen indienuntauglich sind. Unternehmen müssen daher die anvisierten Zielgruppen und ihre Bedürfnisse genauer unter die Lupe nehmen und entsprechende Problemlösungen ggf. neu entwickeln.

Bevor es zum abschließenden Get-together ging, wurde das Programm mit der institutionellen Mitgliederversammlung der Young Leaders fortgeführt. Auf der Tagesordnung stand unter anderem die Verabschiedung der Geschäftsordnung sowie die Umbenennung der ehemals OAV-Junioren in OAV Young Leaders.

*Ihre Ansprechpartner in der
OAV-Geschäftsstelle:*

*Daniel Marek, Regionalmanager ASEAN
E-Mail: marek@oav.de*

*Özgül Orhan, Projektmanagerin
E-Mail: orhan@oav.de*

Hilfe für Nepal – Status Quo des Spendenaufrufs und Projekte

Am 25.04.2015 und am 12.05.2015 erschütterten starke Erdbeben der Stärke 7,9 beziehungsweise 7,2 Teile von Nepal. Laut Regierungsangaben wurden dabei mehr als 8.500 Menschen getötet sowie über 22.000 Personen verletzt.

Seit ihrer Gründung im Jahre 2005 hat die Hamburger Stiftung Asien-Brücke (HSAB) eine Vielzahl von Projekten in Süd- und Südostasien gefördert, darunter auch in Nepal. Besonders in der schwierigen Lage Nepals wollte die HSAB ihre Solidarität zum Ausdruck bringen und startete mit freundlicher Unterstützung des OAV - German Asia-Pacific Business Association und des Asien-Pazifik-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (APA) einen Spendenaufwurf. Somit konnten bis Ende August 2015 Spenden in Höhe von insgesamt 34.950 Euro generiert werden. Diese Mittel werden zur Förderung von Projekten zum Wiederaufbau der Infrastruktur in Nepal verwendet, um die betroffenen Regionen auch nach der ersten Katastrophenhilfe zu unterstützen.

Weitere Berichterstattung über die Entwicklung der Projekte können stets über www.stiftung-asienbruecke.de und in den nächsten Ausgaben der IAP verfolgt werden.

Die Hamburger Stiftung Asien-Brücke dankt den zahlreichen Spendern für die großzügige Unterstützung.

Gerne können Sie die oben beschriebenen Projekte weiterhin mit Ihrer Spende unterstützen:

Bankverbindung:
Berenberg-Bank Hamburg
IBAN: DE 7720100000050760008
BIC: BEGODEHH

Hamburger Stiftung Asien-Brücke:
www.stiftung-asienbruecke.de

Consortium for DEWATS Dissemination Society:
www.cddindia.org

Bereitstellung von Abwassersystemlösungen

Das Projekt „Bereitstellung von Abwassersystemlösungen“ wird von der Bremer Arbeitsgemeinschaft für Überseeforschung und Entwicklung (BORDA) in Zusammenarbeit mit den Partnerorganisationen Consortium for DEWATS Dissemination Society und Environment & Public Health Organization durchgeführt. Im Zuge der Nothilfe Maßnahmen wurde in den betroffenen Gebieten eine Vielzahl von Zeltstädten inklusive temporärer Toilettenhäuser errichtet. Ohne eine systematische Leerung und Behandlung der anfallenden Fäkalschlämme besteht ein hohes Risiko der Verbreitung von Epidemien und durch Wasser übertragbarer Krankheiten. Das Projekt zielt durch das

systematische Leeren der Latrinen beziehungsweise Klärgruben und den sicheren sowie hygienischen Transport der Fäkalschlämme und die anschließende kreislauforientierte Behandlung der Schlämme darauf ab, der Verbreitung von Epidemien und Krankheiten vorzubeugen. Die zwei Einsatzgebiete Bhaktapur und Lalitpur mit jeweils 150 Toilettenhäusern, die von 3.000 Menschen genutzt werden, stehen im Fokus des Projekts. Zudem kann in jedem Einsatzgebiet durch die Weiterverarbeitung der Schlämme Biogas für circa 30 Familien produziert werden, welches zum Kochen verwendet werden kann. Die Umsetzung des Projektes hat bereits Ende Juni 2015 begonnen.

Aufbau und Sanierung von Trinkwassersystemen

Das Projekt „Aufbau und Sanierung von Trinkwassersystemen“ wird vom Nepal-Team der Ev.-Luth. Michaelis-Kirchengemeinde Hamburg-Neugraben in Zusammenarbeit mit der Partnerorganisation Group of Helping Hands (SAHAS) Nepal durchgeführt. Das Nepal-Team unterhält seit mehr als zwanzig Jahren Partnerschaftsbeziehungen zu Gruppen, Initiativen und zu Vertretern der Kirchen in Nepal und unterstützt Projekte der dörflichen Entwicklung, der Bewusstseinsbildung und der außerschulischen Bildung

für Frauen und Kinder. Bei diesem Projekt wird der Bau beziehungsweise die Instandsetzung von insgesamt drei Trinkwasseranlagen in den Verwaltungsgemeinden Ghusel und Vattedanda realisiert. Insgesamt sollen mehr als 83 Kleinbauernfamilien von den Projektmaßnahmen profitieren können. Das vor Ort befindliche Team der SAHAS und zusätzliche externe Fachkräfte setzen die Arbeiten des Projekts mit den Betroffenen in Abstimmung mit der örtlichen Verwaltung seit August 2015 um.

Group of Helping Hands Nepal:
www.sahasnepal.org

Environment & Public Health Organization:
www.enpho.org

Bremer Arbeitsgemeinschaft für Überseeforschung und Entwicklung (BORDA):
www.borda-net.org

Buchtipps

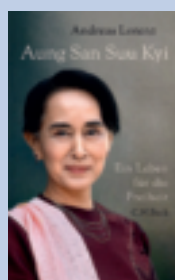
Von westlicher Warte aus tut man sich oft schwer, asiatisches Denken und die dazugehörigen Werthaltungen nachzuvollziehen. Zwei Bücher helfen dabei, asiatischen Mentalitäten auf die Spur zu kommen. Einmal in Gestalt einer Biografie einer Ausnahmepersönlichkeit. Zum anderen in Form eines Gefühlswegweisers für China.



Service

Derzeit geht die erste Phase nach der abrupten Öffnung Myanmars zu Ende. Und weiter steht eine Person im globalen Rampenlicht, die gleichsam alle Hoffnungen auf eine positive Zukunft des Landes verkörpert: Aung San Suu Kyi. Umso erstaunlicher, dass „die Lady“ trotz aller Ehrungen und Lobpreisungen im Grunde eine große Unbekannte geblieben ist. Der frühere Spiegel-Reporter Andreas Lorenz hat ein angenehm unaufgeregtes und gehaltvolles Porträt der Oppositionskönigin vorgelegt. Dabei neigt er weder zur Heldenverklärung noch zu psychologisierenden Schnellschüssen. In plausibler Weise sucht und findet er in den einzelnen Lebensetappen Erklärungen für ihre felsenfesten Überzeugungen und ihre aufopferungsvolle Disziplin: Als Tochter eines Freiheitshelden in gehobenen Verhältnissen aufgewachsen, hat sie früh Erfahrungen mit nationaler Verantwortung und persönlichen Opfern gemacht. Ihr Wirken seit der Rückkehr aus England kann entsprechend als Versuch gelten, das politische Erbe des Vaters fortzuführen. Lorenz würdigt die Lebensleistung von Suu Kyi, wirft aber auch Fragezeichen hinsichtlich ihrer politischen Fähigkeiten auf. Anstatt relativ wirkungslos im Parlament zu agieren, täte sie gut daran, ihre Partei zu professionalisieren und mögliche Nachfolger zu fördern. So wird sich zeigen, ob sie dereinst in eine Reihe mit Gandhi oder Mandela gestellt werden kann.

Andreas Lorenz: *Aung San Suu Kyi. Ein Leben für die Freiheit*, Verlag C.H. Beck, 19,95 Euro, ISBN: 978-3-406-67509-6



Wie gewinnt man einen authentischen und möglichst konstruktiven Zugang zu einem Land, seiner Kultur, seiner Bevölkerung? Man kann dickleibige Wälzer über die ferne und jüngere Geschichte konsultieren, Zeitungsartikel zur wirtschaftspolitischen Lage lesen oder sich von Geschäftsfreunden expressive Anekdoten aus dem Berufsalltag erzählen lassen. Der Sinologe Marcus Hernig plädiert für einen anderen, subtileren Weg: Dreh- und Angelpunkt zum besseren Verständnis ist für ihn das Nachempfinden von konkreten, die zentralen Bedürfnisse der Menschen widerspiegelnden Gefühlslagen. Was zunächst etwas kurios anmutet, erweist sich als interessanter Gedanke. Denn einerseits ist der enge Zusammenhang zwischen Fühlen und Denken neurologisch belegt. Andererseits verhindert dieser Ansatz, dass hinter den üblichen Abstraktionen die realen Menschen mit ihren realen Empfindungen aus dem Blick geraten. All dies lässt sich in besonderer Weise auf China anwenden, wo neben dem „Primat des Bauches“, der nahezu metaphysischen Bedeutung der Nahrungsaufnahme, vor allem Fragen der Achtung, des Ansehens und des materiellen Erfolges eine wichtige Rolle spielen. Es seien die „Volksgefühle“, die Konstrukte wie Wirtschaft und Politik mit Leben füllen. Hernig exerziert seine Überlegungen anhand von sieben Grundgefühlen durch, weist aber darauf hin, dass auch diese nur eine grobe Verallgemeinerung sind.

Marcus Hernig: *Chinas Bauch. Warum der Westen weniger denken muss, um den Osten besser zu verstehen*, edition Körber-Stiftung, 19 Euro, ISBN: 978-3-89684-166-7



Termine 2015

OAV-Unternehmerreise nach Nordkorea

23. bis 31. Oktober 2015, Pjöngjang, Hamhung, Kaesong, Dandong

India Week Hamburg

2. bis 8. November 2015, Hamburg
Veranstaltungen der Handelskammer Hamburg, des GIRT, des OAV, der AHK Indien u.a.

Round-Table Sri Lanka

5. November 2015, Düsseldorf
Veranstaltung der IHK zu Düsseldorf mit Unterstützung durch AHK Indien, OAV u.a.

66. Lateinamerika-Tag

5. bis 6. November 2015, Hamburg
Veranstaltung der Handelskammer Hamburg und dem Lateinamerika Verein e.V. in Kooperation mit dem OAV

Kleines Liebesmahl

11. November 2015, Ditzingen
Bei der TRUMPF GmbH + Co. KG

Chinesische Tochtergesellschaften

26. bis 27. November 2015, Düsseldorf
20. bis 21. Januar 2016, München
15. bis 16. Februar 2016, Frankfurt am Main
Veranstaltung der Management Circle AG in Kooperation mit dem OAV

BMW-Markterkundungsreise nach Indien mit Schwerpunkt Nahrungsmittelverarbeitung inkl. Lagerung, Verpackung und Kühltechnologie

30. November bis 4. Dezember 2015, Bengaluru, Kolkata, Delhi
BMW-Markterkundungsreise des OAV in Kooperation mit der Deutsch-Indischen Handelskammer und Unterstützung des VDMA

Nähere Infos: www.oav.de/aktuell/termine

Neumitglieder des OAV

Begrüßen Sie mit uns die neuen Mitglieder des OAV-Netzwerks.

Letzte Seite

Impressum

Insight Asia-Pacific 3/2015

12. Oktober 2015

Herausgeber

OAV, Bleichenbrücke 9, 20354 Hamburg

Tel: +49 40 35 75 59-0

Fax: +49 40 35 75 59-25

E-Mail: oav@oav.de

Internet: www.oav.de

Redaktion

Timo Prekop (ViSdP), Emrah Camli,

Norman Langbecker, Daniel Marek,

Daniel Müller, Vi Nguyen, Özgül Orhan,

Pia Rothe, Barbara Schmidt-Ajayi,

Falk Woelm

Autoren

Dr. Susanne Franke, Prof. Dr. Tim Goydke,

Dr.-Ing. Mathias Kammüller, Michael König,

Dr. Frank Oberndorff, Fritz Graf von der

Schulenburg, Martin Schulz, Mark Turner

Art Direction

Martina von Corvin

Bildnachweis

Emrah Camli (S. 18, 19, 26),

Don Bosco (S. 24),

Fotolia (Titel, S. 10, 13, 22),

Körper Stiftung (S. 29),

Verlag C.H. Beck (S. 29)

Druck

Hartung Druck + Medien GmbH

Erscheinungsweise: vierteljährlich

Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG

Seit 1888 stellt sich der Gerolsteiner Brunnen einer großen Aufgabe: seinen Kunden die in Geschmack und Qualität besten Mineralwasserprodukte zu liefern. Der besondere Geschmack und die Mineralisierung des Mineralwassers machten Gerolsteiner sehr schnell beliebt – auch über Deutschland hinaus. Heute, mehr als 125 Jahre nach seiner Gründung, ist Gerolsteiner nach wie vor tief in seiner Heimat verwurzelt und wird doch weltweit getrunken. Das Unternehmen exportiert seine Produkte in mehr als 35 Länder weltweit. Besonders stark ist die Nachfrage in Japan, den USA und den Beneluxstaaten. Knapp 5 Prozent des Gesamtumsatzes entfallen auf das internationale Geschäft. Damit ist Gerolsteiner nicht nur die führende deutsche Exportmarke im Bereich Mineralwasser, sondern auch weltweit das führende kohlenensäurehaltige Mineralwasser.

Dietmar Spille, Executive Vice President International

WEINMANN Emergency Medical Technology GmbH + Co. KG

Mit unseren mobilen Systemlösungen für die Bereiche Notfall-, Transport- und Katastrophenmedizin setzen wir Maßstäbe beim Retten von Menschenleben.

In engem Austausch mit Profis aus Rettungsdiensten, Kliniken und Armeen entwickeln wir innovative Medizinprodukte rund um die Beatmung und Defibrillation. Seit über 100 Jahren bieten wir unseren Kunden ein Höchstmaß an Verlässlichkeit, Erfahrung und Qualität made in Germany.

Heute vertreiben wir unsere Produkte in Deutschland sowie in mehr als 100 weiteren Ländern: über Niederlassungen in St. Petersburg, Paris-Igny, Shanghai und Singapur, eigene Ansprechpartner in Spanien und Venezuela sowie über unsere Partner in vielen weiteren Schlüsselmärkten.

Wir bieten damit ein großes Netz von regionalen Ansprechpartnern, die Ihnen bei Beratung, Abwicklung und Service zur Seite stehen.
André Schulte, Geschäftsführer

COLIBRI ENERGY GmbH

Colibri Energy manufactures battery storage systems that help our customers reduce costs, improve operating efficiency and reduce their CO² footprint. At airports, ports, and logistics centers, our products transform the traction vehicle fleet to safe and clean lithium storage technology. We substantially reduce operating costs for our customers by delivering 24x7 operations, rapid charging and long life. We also design and manufacture stationary energy storage solutions with capacities from 1 kWh up to 1 MWh that deliver backup power, grid independence and peak shaving for industrial customers.

Lead and classic lithium batteries cannot deliver the required performance in locations where it is hot and humid. At the new HAMAD INTERNATIONAL AIRPORT, the GSE Supplier of Qatar Airways uses our technology in Doha where ambient temperatures reach 50° C and humidity approaches 100%. Our solution is saving them over 50% when compared to the originally planned lead acid solution. Qatar was our first flagship project at airports and is for us an excellent reference. We have already supplied our battery storage systems to Hong Kong and China and of course in Germany and Austria.

Helmut von Grolman, CEO der COLIBRI-ENERGY GmbH

Deutsche Bahn AG

Die Deutsche Bahn AG ist ein international führender Anbieter von Mobilitäts- und Logistikdienstleistungen. Mit dem Geschäftsfeld DB Schenker Logistics und der Tochterfirma DB International GmbH ist das Unternehmen in fast allen asiatisch-pazifischen Ländern tätig. DB Schenker Logistics verfügt über jahrzehntelange Erfahrung und eine große Leistungsexpertise im Transport- und Logistikgeschäft. Mit DB International GmbH bietet das Unternehmen Eisenbahningenieurs- und Beratungsdienstleistungen von der Planung bis zum Betrieb rund um die Eisenbahn auf dem internationalen Markt.

Niko Warbanoff, Leiter Internationale Geschäftsbeziehungen Deutsche Bahn AG & Vorsitzender der Geschäftsführung DB International GmbH



cutting through complexity

Einfach. KPMG

International denken. Hanseatisch handeln:

Ganz gleich, ob China, Japan, Korea, Malaysia, Taiwan oder Vietnam – wir kennen den asiatischen Markt, dessen unterschiedliche Geschäftskulturen und Regularien. Unsere Asien-Spezialisten unterstützen Sie mit klaren Lösungen sowohl beim Markteintritt als auch bei Ihren Akquisitions-, Wachstums- und Restrukturierungsvorhaben. Direkt vor Ort. Und natürlich auch in Hamburg.

Kontakt: Mattias Schmelzer, T +49 40 32015-5402, mschmelzer@kpmg.com

www.kpmg.de



SIEMENS



Digitalisierung bringt Städte voran.

Intelligente Infrastrukturen machen Städte effizienter, nachhaltiger und lebenswerter.

Die Digitalisierung bietet Städten ganz neue Chancen. Sie ermöglicht ihnen, sich den urbanen Herausforderungen zu stellen – und Lösungen für Bevölkerungswachstum, Verkehrschaos und Stromausfälle zu finden. Mehr denn je setzen Städte dabei auf intelligente Technologien.

Mit innovativer Software und dem Know-how, enorme Datenmengen auszuwerten und zu nutzen, ist Siemens ihr verlässlicher Partner. Digitalisierung und Automatisierung ermöglichen die sichere Energieversorgung, eine intelligente

Verkehrsführung und die effiziente Nutzung von Gebäuden. Dadurch können Städte jeder Größe ihre Ressourcen bestmöglich nutzen, Betriebskosten senken und die Umweltbelastung reduzieren.

Siemens arbeitet auf der ganzen Welt mit den Planern und Entscheidern von Infrastrukturprojekten daran, das zu verwirklichen, worauf es ankommt: Städten die Chance zu geben, zu wachsen, zu gedeihen und noch lebenswerter zu werden.

[siemens.com/intelligente-infrastruktur](https://www.siemens.com/intelligente-infrastruktur)