

Mit umfangreichem
China Spezial

+ 13 Seiten!

ASIA BRIDGE

DAS INFORMATIONSFORUM FÜR DAS DEUTSCHE ASIENGESCHÄFT



1. Februar 2007

2

Mit Supplement

OAV REPORT

Bangladesch

Hennenkämpfe in der
Politik lähmen das Land

Indien/China

Die Renaissance
der Globalisierung

Privatisierung

Vietnams Staatsbetriebe
gehen an die Börse

Indien

Mit dem Wohlstand wächst
der Medizintechnik-Markt

Im China Spezial:

**Automobilzulieferer
kommen groß raus**

AB SEITE **32**

Asiens neue Märkte

Einkäufer, die nicht nur auf China setzen wollen,
werden auch in den Nachbarländern fündig.

DOWJONES



In Zusammenarbeit mit **bfai**

EXPERTEN-GESPRÄCH

„China ist nicht die Antwort auf alles“

Sourcing-Experte Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky sprach mit ASIA BRIDGE über Asiens alte und neue Einkaufsmärkte.

Professor Bogaschewsky, Sie lehren und forschen an der Uni Würzburg und sind gleichzeitig Unternehmensberater in Sachen Einkauf?

Das ist richtig. Durch meine Vorstandsarbeit für den BME (Bundesverband für Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V.) und andere Aktivitäten bin ich seit Jahren eng mit der Praxis verbunden. Vor fünf Jahren haben wir gemerkt, dass viele Unternehmen zu wenig Informationen über den Markt für Einkäufer bekommen. Gerade der Mittelstand findet beispielsweise bei den IHKS oft nicht, was er braucht, da diese größtenteils noch sehr verkaufslastig agieren. Diese Lücke wollten wir schließen und haben die CfSM – Centrum für Supply Management GmbH gegründet.

Welche Dienste bietet die CfSM an?

Wir organisieren Tagungen, veröffentlichen Bücher und unterhalten Arbeitsgruppen mit Unternehmen. Zudem haben wir von Marktanalyse

für jeden jederzeit zugänglich. Man muss nur wissen, wo sie zu suchen bzw. zu finden ist – und ihre Auswertung ist aufwendig. Wir haben viele Kontakte zu privaten und öffentlichen Handelskammern und Beratern aufgebaut. Wer eine gute Leistung günstig haben will, kommt zu uns. Schließlich können wir auf einen ganzen Pool von Mitarbeitern und Studenten zurückgreifen, die dann auch mal schnell für ein paar Hundert Euro eine Lieferantenrecherche erstellen können. So etwas wollen Unternehmensberater, die eher eine hochwertige strategische Beratung verkaufen, oft gar nicht anbieten.

Wie spezifisch sind die Anfragen, die an Sie gerichtet werden? Sind auch noch Unternehmen dabei, die in Asien einkaufen wollen, weil es da so billig sein soll, aber keine Idee haben, in welchem Land es das gibt, was sie brauchen?

Ich wünschte, die Anfragen wären so offen. Leider ist es oft eher so, dass sich jemand auf ein Land eingeschossen hat, wo er gerne einkaufen würde. Nach den Gründen gefragt, bekomme ich oft zu hören: „Wir haben da jemanden in der Produktion, der spricht die Sprache“ oder „Ich kenne jemand, der da gute Erfahrungen gemacht hat“. Gerade im kleineren Mittelstand gibt es in Sachen Einkauf keine Systematik, man versucht den Weg des geringsten Widerstands zu gehen, was ja auch nicht falsch ist. Wichtig ist, sich eine grundsätzliche Offenheit für andere Vorschläge zu erhalten, denn oft ist China eben nicht die Antwort auf alle Fragen.

Damit kommen wir zu den neuen Sourcing-Ländern. Sie haben nicht

von ungefähr den Arbeitskreis China-Sourcing in Arbeitskreis Asia-Sourcing unbenannt – Sinnbild für den allgemeinen Trend?

Die Hälfte der Teilnehmer des Arbeitskreises China ist damals nach China gefahren, weil es dort so spannend ist, weil jeder da ist, weil man dort ja soviel Geld sparen kann. So sind sie in eine Mode welle reingeschlittert und haben sich nicht selten eine blutige Nase geholt. Heute sind viele aus diesem Arbeitskreis im Osteuropakreis, weil sie erkannt haben, dass diese Märkte teilweise wesentlich genauer auf ihre Anforderungen passen. Bestimmte Güterkategorien gibt es einfach nicht in der richtigen Qualität in China.

Sie klingen ziemlich China-kritisch.

China ist großartig und bietet gewaltige Chancen – das ist unbenommen. Ich finde es aber schade, dass angesichts des allgegenwärtigen Hypes oft unüberlegte Schritte dorthin gegangen werden, während andere Länder, beispielsweise in Osteuropa, völlig zu Unrecht im Windschatten liegen. Aber auch in Asien. Nehmen Sie Singapur: Das Land ist genial organisiert, in kürzester Zeit hat man dort alles geregelt. Zum Geschäfte machen ein ideales Land. Wer hingegen den chinesischen Markt aufrollen will, muss selbst vor Ort produzieren. In dem Moment aber, wo ich eine Produktion in Deutschland versorgen will, würde ich mir immer sehr genau alle Möglichkeiten anschauen und eine saubere Marktanalyse durchführen – insbesondere, wenn es um Standard-Zulieferprodukte geht. Es gibt nur wenige Produkte, die unbedingt aus China kommen müssen.

Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky ist Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Industriebetriebslehre an der Universität Würzburg. Seit 1996 ist er Mitglied des Vorstands des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. Er ist Direktor des Centrum für Supply Management.



bis hin zu Lieferantenrecherchen und Matchmaking vor Ort die ganze Palette einer „normalen“ Unternehmensberatung im Angebot.

Was bieten Sie, was die Unternehmen nicht selbst können, und was unterscheidet Sie von einem „normalen“ Unternehmensberater?

Die Information ist ja eigentlich da und

Wirkliche Kostenvorteile existieren nur bei riesigen Losgrößen. Es ist zudem klar, dass der Arbeitskostenanteil hoch sein muss und dass das Produkt aus einem Material bestehen muss, das nicht importiert werden muss. Zeitkritische oder innovative Ware rechnet sich oftmals nicht.

China ist also mit noch größerer Vorsicht zu genießen als allgemein angenommen?

Ja, denn es ist einfach noch so, dass dort die Risiken oft viel größer sind als die möglichen Ersparnisse. Es macht in vielen Fällen mehr Sinn, einen stabilen und international erfahrenen Standort wie Singapur oder Hong Kong als Sprungbrett zu benutzen und sich dort einen Lieferanten zu suchen. Denn dann unterliegen die Geschäfte der dortigen

Rechtsprechung, was ein maßgeblicher Vorteil sein kann. Natürlich lässt dieser Lieferant die Ware wahrscheinlich in China produzieren und schlägt seine Marge drauf – aber Sie als Käufer müssen sich dann nicht mit den Schwierigkeiten des chinesischen Marktes rumschlagen. Da sind die paar Euro, die man mehr für das Produkt ausgeben musste, oft ganz schnell wieder reingeholt.

Auf der Suche nach dem passenden Land – wie geht der Unternehmer idealerweise vor?

Gerade der Mittelstand kann nicht in zehn verschiedenen Ländern einkaufen, sondern braucht eine Fokussierung auf einige wenige Einkaufsländer. Sonst ist der Basisaufwand zu hoch. Oft macht es Sinn, eine Materialgruppe in einem

„In Asien muss man alles, was man weiß, auf den Kopf stellen“

KOMPAKT

- Wirkliche Kostenvorteile gibt es in China nur bei großen Mengen
- Fokussierung auf einige wenige Einkaufsländer empfohlen
- Lieber alte Wege verbessern als komplett neue zu suchen

bestimmten Land anzusiedeln. Es kommt auf das Produkt an, dessen Losgröße und Lebenszyklus. Es muss genau kalkuliert worden sein: Was kann ich sparen, wie hoch ist der Set-up-Aufwand, welche weiteren Kosten beispielsweise für Rechtsberatung kommen auf mich zu? Auch die indirekten Kosten müssen in diese Total-Cost-Rechnung eingeflossen sein. Sollten dann nur 5% Ersparnis übrigbleiben, sollte man sich schon genau überlegen, ob sich der Aufwand dafür lohnt. Es schadet auf jeden Fall nicht, sich auch mit den alten Lieferanten zusammenzusetzen und zu schauen, was man gemeinsam besser machen kann. ■



www.iXPOS.de

- ▶ Messebeteiligungen im Ausland
- ▶ Wirtschaftsdelegationsreisen
- ▶ Kooperationsbörsen
- ▶ Ländersprechtage

Termine und Veranstaltungen für Ihren Zielmarkt finden Sie im iXPOS-Kalender. Jetzt neu als kostenloser Newsletter.

Bestellformular und weitere Informationen unter: www.iXPOS.de/tnl

Ihr Wegweiser zum Erfolg im Auslandsgeschäft



Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie