

# Risiko im Russlandgeschäft macht Asean-Staaten attraktiver

Dass die Russlandsanktionen für den deutschen Maschinenbau langfristige Konsequenzen haben werden, steht außer Zweifel. Das rückgängige Geschäft in Russland kann durch Mehrgeschäft in Asean-Staaten ausgeglichen werden – vorausgesetzt man weiß, welche Länder welche Maschinen suchen.

HANS JOACHIM FUCHS

Russland ist der viertgrößte Exportmarkt der Branche, die deutschen Maschinenexporte nach Russland sind von Januar bis Mai 2014 um rund 20 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesunken. Vor allem die Ausfuhrbeschränkungen im Bereich der Hochtechnologie, die die modernisierungsbedürftige russische Industrie treffen sollen, werden bei den deutschen Herstellern zu anhaltenden Einbußen führen. Dem Einbruch des Russlandgeschäfts stehen das an-

Dr. Hans Joachim Fuchs ist geschäftsführender Gesellschafter von Chinabrand Consulting in 80995 München. Tel. (0 89) 1 41 71 55, drhj@chinabrand.de

haltende Wachstum und die Modernisierung in vielen südostasiatischen Ländern gegenüber. So führt die Asean Economic Community (AEC), die 2015 vollständig in Kraft tritt, zu einer Intensivierung des innerasiatischen Wettbewerbs und zwingt die asiatischen Staaten zur Rationalisierung und Automation. Länder wie Thailand, Malaysia, Indonesien oder Vietnam versuchen, sich gegen die zunehmende chinesische Konkurrenz zu behaupten, und automatisieren ihre klassischen Industrien. Der Trend geht zur stärkeren Arbeitsteilung, branchenspezifischen Differenzierung und Reduktion der Exportabhängigkeit.

Viele deutsche Unternehmen prüfen derzeit ein Engagement in Indonesien. Das Land verfügt mit 240 Mio. Menschen über einen attraktiven Binnenmarkt, der aber stark diversifiziert ist. Interessante Zielmärkte sind der Maschinen- und Anlagenbau, die Automobilbranche, die Medizin- und die Elektrotechnik. Dazu kommen Transport und Lagerhaltung, Pharmaindustrie, Nahrungsmitteltechnik, Kühltechnik, Gebäudesteuerung und Aufzüge. In Indonesien ist ein starkes Ansteigen der Nachfrage nach verpackten Nahrungsmitteln zu beobachten, entsprechend groß ist der Bedarf der Food-Industrie an Lebensmittel- und Verpackungsmaschinen. Jenseits des Nahrungsmittelsektors bietet der Bereich Waschmittel, Kosmetik und Arzneien großes Wachstumspotenzial. Die indonesische Papierindustrie investiert ebenfalls in Maschinen. Indonesien ist hinter Japan und Russland der weltweit drittgrößte Papierhersteller und viele Firmen modernisieren ihre Fertigungsanlagen. Da es keinen einheimischen Hersteller gibt, müssen alle Anlagen im Ausland eingekauft werden.

## Wirtschaftliche Entwicklung Indonesiens gezielt gefördert

Indonesien wird mit dem Master Plan Implementation Expansion of Indonesian Economic Development (MP2EI) die wirtschaftliche Entwicklung des Landes beschleunigen. Der Plan sieht vor, in den Regionen Sumatra, Java, Bali, Sulawesi, Kalimantan, Nusa Tenggara, Papua und Maluku 22 Wirtschaftssegmente gezielt zu fördern. Da die Inflation in Indonesien hoch bleiben wird, sind die Investitionspotenziale der Unternehmen jedoch begrenzt. Hochpreisige Maschinen aus Deutschland müssen deshalb durch Qualität,



Bild: Bosch

Hochpreisige Maschinen aus Deutschland müssen in Indonesien durch Qualität, Haltbarkeit und einen umfassenden Wartungsservice überzeugen.

Haltbarkeit und einen umfassenden Wartungsservice überzeugen.

Thailand ist von einer hohen Exportintensität der führenden Industriebranchen wie des Automobilbaus, der Nahrungsmittelverarbeitung und der Elektro- und Elektronikindustrie geprägt. Das Land ist nach China und Indonesien der drittgrößte Absatzmarkt für Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen in Asien. Der Bedarf ist groß, weil die Lebensmittel verarbeitende Industrie hoch entwickelt ist und verpackte Lebensmittel nach Japan, in die USA und in die EU exportiert. Deutsche Maschinenbauer liefern vor allem Verpackungsmaschinen für Getränke sowie Maschinen für die Fleischverarbeitung und zur Herstellung von Backwaren. Ferner konzentrieren sich deutsche Unternehmen auf Druck- und Papier- sowie Holzbearbeitungsmaschinen. Auch Kunststoffmaschinen sind ein wichtiges Segment, Abnehmerbranchen sind Verpackungsindustrie, Elektrotechnik, Baugewerbe und Automobilindustrie. Zum thailändischen Maschinenbau zählen rund 50.000 Firmen, die meisten sind mittlere, kleine oder Kleinbetriebe, die auf die Herstellung von einfachen Maschinenteilen oder Metallverarbeitungs-Dienstleistungen spezialisiert sind. Hochtechnologie wird in Thailand kaum produziert, der Ausrüstungsbedarf ist entsprechend hoch. Da viele thailändische Hersteller ihre Produktionslinien automatisieren wollen und in die Nachbarländer Indonesien, Vietnam, Myanmar und Laos expandieren, wird für die nächsten Jahre ein zweistelliges Marktwachstum erwartet.

Malaysia setzt konsequent auf F&E, Hochtechnologie und Automatisierung – besonders die großen Unternehmen der Elektro- und Elektronikindustrie, der Chemie sowie Getränke- und Nahrungsmittelindustrie. Weitere wichtige Branchen sind die Stahlindustrie sowie Papier- und Holzverarbeitung. Die malaysische Regierung fokussiert zunehmend Mikrochips, Solarzellen sowie Nano- und Biotechnologie. Zudem versucht Malaysia, Thailand die Automobilbranche abspenstig zu machen. Die dafür erforderlichen hochwertigen Maschinen müssen importiert werden, da sich lokale Hersteller auf einfache Ausrüstungen beschränken.

Malaysia gilt in Südostasien als hoch entwickelter und teurer Standort. Der im vergangenen Jahr eingeführte Mindestlohn, die ständig steigenden Einkommen, fehlende Arbeitskräfte und der zunehmende Wettbewerbsdruck in Asien zwingen malaysische Industrieunternehmen dazu, ihre Fertigung zu automatisieren und die Produktivität zu erhöhen. Entsprechend gut sind die Chancen

**Zu den Asean-Mitgliedstaaten gehören Brunei, Indonesien, Kambodscha, Laos, Malaysia, Myanmar, die Philippinen, Singapur, Thailand und Vietnam.**



Bild: sasolutions - Fotolia.com

deutscher Hersteller der Robotik und der industriellen Bildverarbeitung. Kleinere und mittlere malaysische Betriebe setzen auf Halbautomatisierung und Nachrüstung alter Anlagen.

### Strategien für Asean setzen sorgfältige Recherche voraus

Deutsche Maschinenbauer, die am Asean-Markt interessiert sind, sollten zur Sondierung professionelle Marktstudien durchführen, die auf soliden Daten und vertiefenden Experteninterviews basieren. Auch die Suche nach südostasiatischen Kunden und Partnern ist eine Herausforderung. Die richtigen Käufer, Absatzmittler oder Kooperationspartner zu finden, gleicht oft einem Stochern im Nebel. Bei der Markterschließung können Datenbanken eingesetzt werden, mit denen

südostasiatische Firmen sehr fein nach Branchen und Produkten selektierbar sind.

Oft ist eine China-Asean-Doppelstrategie ratsam. Die Konzeption oder Reorganisation innerasiatischer Lieferketten sollte aber nicht nur auf Kostenüberlegungen beruhen. Standortentscheidungen stehen immer im Zusammenhang mit der internationalen Produktpolitik und der Wettbewerbsstrategie des Unternehmens. Daher sind nicht nur Steuern, Lohn- und Eröffnungskosten eines Standortes relevant, sondern auch lokale Marktanforderungen und Wettbewerber. Andere Kriterien sind lokale Clusterpotenziale, die Qualität und Zuverlässigkeit der Lieferanten sowie Umwelteinflüsse. Die Sicherheit der Supply Chain sollte im Fokus stehen, professionelle Risikoanalysen und investigative Überprüfungen von Zulieferern sind unabdingbar. Unberücksichtigte Kriterien und unerkannte Risiken können zu falschen Entscheidungen führen, die die Kosten eines Standortes beeinflussen und bei großen Produktionsmengen immense Belastungen erzeugen können. Zur Bewertung asiatischer Standorte sollte eine Risiko- und Nutzwertanalyse durchgeführt werden.

Wer in der Asean wachsen will, darf sich nicht nur auf das High-End-Segment konzentrieren. Es gilt, sich von technisch überdimensionierten Lösungen zu verabschieden und sich im Rahmen des Frugal-Engineering auf technisch abgespeckte, aber qualitativ hochwertige und bedienerfreundliche Maschinen zu konzentrieren. Bei der Identifizierung der Anforderungen an einfache Maschinen werden vorhandene Konzepte und Spezifikationen von Frugal-Maschinen herangezogen, Patentanmeldungen analysiert und Anforderungen von Endkunden an einfache Maschinen ermittelt. Die Frugal-Strategie kann auch durch Einstiegsmodelle, Zweitmarken und den Kauf asiatischer Firmen umgesetzt werden.

#### Hinweis

### Exklusiver Zugang zum indonesischen Markt

Der Autor Dr. Hans Joachim Fuchs wird Mitte Oktober 2014 eine Sondierungsreise nach Indonesien unternehmen, um den dortigen Markt zu evaluieren. Dabei wird er Chancen für deutsche Maschinenbauer ausloten und

- ▶ relevante Maschinensegmente,
- ▶ indonesische Zulieferer,
- ▶ kostengünstige Fertigung,
- ▶ Vertriebsmöglichkeiten,
- ▶ administrative und rechtliche Besonderheiten recherchieren sowie
- ▶ Kontakte zu indonesischen Unternehmen knüpfen.

Entsprechende Interessensbekundungen und Anfragen richten Sie bitte per Mail an drhfuchs@chinabrand.de oder Sie melden sich telefonisch unter (0 89) 1 41 71 55.

**MM**