

Veranstaltung **Einkauf in China**
am 27. September 2006

Präsentation von Christian Rommel (ROX Asia Consultancy Ltd., Emsdetten) und Guido Steffen (Shanghai Hdhl Ind. Material Co., Ltd., Bad Iburg)

Teilnehmer der Veranstaltung sowie Interessenten, die nicht zur Veranstaltung erscheinen konnten, sind herzlich eingeladen, sich mit den Referenten in Verbindung zu setzen. Auf Anfrage werden Ihnen weitere Informationen sowie die Präsentation gerne zur Verfügung gestellt. Auf den folgenden Seiten finden Sie weitere Informationen aus der Presse.

Kontaktaufnahme per E-Mail:
rommel@roxasia.com
guido.steffen@shanghai-material.com

NR. 227 R MS 10**

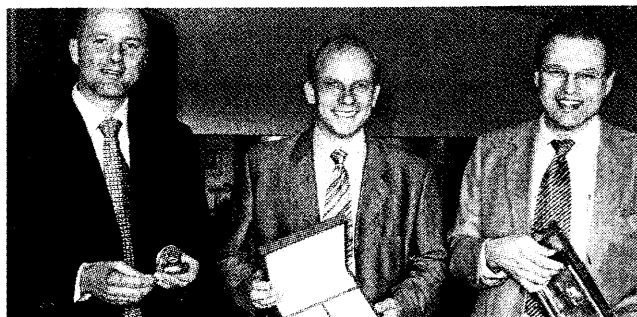
Suche nach einem Partner ist schwer

China-Club in Münster strickt Netzwerk

-sah- Münster. Die Fährte, auf die die Referenten ihre Zuhörer gelockt hatten, war verführerisch: „Was ist die wichtigste China-Regel?“, stand plötzlich auf dem Bildschirm der Präsentation. „Ja, wir haben lange überlegt“, leitete Guido Steffen ironisch zur nächsten Seite über, wo dann stand: „Es gibt keine Regel.“ Doch statt Regeln gab es bei der Veranstaltung „Einkauf in China“ Berichte aus der Realität. Das Kontaktnetzwerk für Unternehmer aus Münster und Westfalen „Porta-Asia – der China-Club aus Münster“ war in den Räumen der Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen Gastgeber der Veranstaltung. Die beiden Experten, Christian Rommel, Geschäftsführer Rox in Hong Kong sowie Guido Steffen, Geschäftsführer HdHL in Shanghai, berichteten über

ihre langjährigen Erfahrungen in China.

„Warum wollen Sie nach China?“ Die Frage nach der eigenen Zielsetzung sei der erste Schritt. Zudem sei es illusorisch „nur Vorteile zu erwarten“, betonte Christian Rommel. Es gebe zwar eine Bandbreite von Unternehmen, jedoch nur drei Prozent dieser Unternehmen verfügten auch über eine eigene Website. „Genau den Partner zu finden, der auf Ihr Profil passt, ist also wie die bekannte Nadel im Heuhaufen“, so Rommel, der das Thema Zeit im Auge hatte. So gebe es ein chinesisches Sprichwort, das die Unterschiede zwischen Ost und West auf den Punkt bringe. „Die kleinste Zeiteinheit ist ein Tag.“ Porta-Asia versteht sich selbst als eine Art „Tauschbörse“ für Infos über den chinesischen Markt.



Ingo Kumbrink, Vorstandsmitglied von Porta-Asia, zusammen mit den Referenten Christian Rommel und Guido Steffen.

Foto: -sah-

Freitag, 29. September 2006

Geschäfte im Reich der Mitte

Unternehmer informierten in der IHK über Chancen und Risiken am chinesischen Markt

MÜNSTER • Christian Rommel, Managing Director ROX Asia Consultancy und Guido Steffen, General Manager Shanghai HdhL Industrial Material Co., haben es geschafft. Die beiden Deutschen arbeiten seit einigen Jahren erfolgreich in der Volksrepublik China.

Auf einer Veranstaltung des Netzwerks PortaAsia e.V. gaben sie am Mittwoch in der IHK Nord-Westfalen ihr Wissen an rund 60 Vertreter der heimischen Wirtschaft weiter. Der neue Markt China und weitere Teile Asiens stehen im Mittelpunkt des Netzwerks PortaAsia e.V. Es schafft Kontakte zwischen Unternehmen die bereits in China und weiteren asiatischen Ländern aktiv sind oder in naher Zukunft beabsichtigen, Handels- und Produktionsbeziehungen aufzubauen. PortaAsia entwickelt auch Konzepte zur gegenseitigen Marktnutzung.

Ausgewählte Leistungen

So veranschaulichten die beiden Referenten zunächst anhand ausgewählter Produkte in welchen Bereichen es sich lohnt in China einzukaufen



Anhand einer ausgewählten Produktpalette informierten in der IHK Nord Westfalen (v.l.) Christian Rommel, Guido Steffen und Ingo Kumbrink, Geschäftsführer LSS Software, über wirtschaftliche Chancen im Reich der Mitte.

MZ-Foto Sauer

oder zu produzieren. Lohend seien etwa im industriellen Bereich maschinell vorgefertigte Einzelkomponenten, Halbfertigwaren und technische Zulieferteile.

Bei den Konsumgütern steche die aufwändige Vorberei-

tung mit individueller Musterherstellung und der hohe Veredelungsgrad hervor.

Dass in China alles gehen würde, sei allerdings ein weit verbreitetes Gerücht. Deshalb sei eine gute Kenntnis des Marktes und der Geflogenhei-

ten äußerst wichtig. So würden viele kleine Betriebe zwar in Hinterhöfen „katastrophal geführt“, die Qualität ihrer Produkte sei aber erstaunlich gut.

Zur Verwunderung des Plenums erläuterte Rommel, dass nur drei Prozent aller chinesischen Firmen eine eigene Webpage besäßen. Durch die Zensur würden auch Emails schon mal ein bis drei Tage auf dem Weg sein. Da es auch keine Industrie- und Handelskammern in China gebe, könne sich die Suche nach der richtigen Firma leicht als problematisch erweisen, wenn man sich nicht bei bereits dort tätigen deutschen Firmen Rat holen würde.

Anzahlung üblich

Bei Geschäftsabschlüssen sei es auch wichtig zu wissen, dass chinesische Firmen um die traditionellen Neujahrsfeiern herum zumeist den ganzen Januar nicht arbeiten würden. Neu war für viele Zuhörer auch die Erkenntnis, dass etliche chinesische Firmen ohne eine Anzahlung von 30 bis 50 Prozent erst gar nicht tätig werden. ■ PWS