

CHINA

Beschaffung in China: Auch der Vertrieb profitiert

Die Bedeutung von Einkaufsaktivitäten für den Markteintritt in der Volksrepublik China wird häufig unterschätzt. Denn viele wissen nicht, dass die Beschaffung auch von zentraler Bedeutung für Vertriebsaktivitäten im Land ist. Dabei sollten aber rechtliche Rahmenbedingungen, Ausfuhrbestimmungen und weitere Problemfelder beachtet werden.

Die vielfach sinnvollste und erfolgreichste Variante des Markteintritts deutscher Unternehmen in China ist der „sanfte Einstieg“. Darunter versteht man ein langsames, systematisches Kennenlernen der Marktteilnehmer, der Geschäfts- sowie der Rahmenbedingungen. Insofern muss der Beschaffung neben der reinen kostengünstigen Produktionsversorgung noch eine weitere strategische Bedeutung beigemessen werden: Durch die Abwicklung von Liefergeschäften und der technologischen Zusammenarbeit mit chinesischen Lieferanten können frühzeitig Partner identifiziert werden.

Durch die Beschaffung wird auch der Verkauf gefördert. Der Einkäu-

fer kann Bedarfe in China entdecken. Seine Marktkenntnisse, Verbindungen und Informationskanäle können bei Aufbau und Tätigkeit der Verkaufsorganisationen genutzt werden. Für die Marketingabteilung kann der Einkäufer Marktstrukturen, Marketingbedingungen, Wertevorstellungen und Geschäftschancen ermitteln.

Vielfach sind Vertriebsgeschäfte in China, zum Beispiel im Anlagenbau oder der Umwelttechnologie, ohne einen bestimmten lokalen Anteil nicht mehr konkurrenzfähig. Beschaffung und Vertrieb wachsen zusammen. Dennoch sehen die Organisationen vieler deutscher Unternehmen dies meist nicht vor.

▷ Fortsetzung Seite 2

VERANSTALTUNG

Logistik gewinnt auch in China an Bedeutung

Internationale Experten referierten auf Einladung des MNT-Büros Shanghai in einem Seminar Anfang Dezember über Trends und Strategien in der Logistikbranche. Das Thema „Moderne Logistik“ wird in der Volksrepublik China zunehmend als Priorität bei der Projektentwicklung und -durchführung betrachtet.

Ein Aufgabenschwerpunkt des MNT-Büros ist die Ausbildung und zertifizierte Weiterbildung von qualifiziertem Personal der Logistikbranche in Shanghai. Um das Training bekannter zu machen und zu fördern, wurde das Topseminar „Moderne Logistik“ mit internationalen Experten veranstaltet.

Die Themenauswahl wurde vom Delegiertenbüro der Deutschen

Wirtschaft in Shanghai fachlich unterstützt. Kerninhalte der zweitägigen Veranstaltung waren die neuen logistischen Herausforderungen der Volksrepublik China wie zum Beispiel der Bau von Tiefseehäfen, U-Bahnen sowie die Infrastruktur für die Olympischen Spiele 2008, die Optimierung der Prozesszeiten und -kosten in der Logistik. Außerdem berichteten Referenten und Teilnehmer über positive wie auch negative Erfahrungen aus der internationalen Logistik.

Anschließend wurde über Logistikkosten und Prozessabläufe diskutiert. Die Vorträge umfassten die Bereiche Verkehrslogistik, Industrielogistik, Informationslogistik und Güterverteilung. (GPS)



Service
Procurement
Consulting
www.gps-logistics.com
Quality
Logistics
Sales Support

World Class Services from strategic locations in Asia with concept. The answer will be:

GPS Global Procurement Services

„It's amazing to pursue what we can manage together.“
Juergen Hamann
Founding Member of the GPS Organisation

Contact: info@gps-logistics.com

INHALT

Beschaffung in China: Auch der Vertrieb kann profitieren	1
Die Entwicklung des chinesischen Exports	2
Internationale Beschaffungslogistik: der Standort China	4
Unterstützung durch erfahrene Servicebüros	5
Global Procurement Services (GPS)	5
Case study: Produktionssynchrone Anlieferung	6
Checkliste Global Sourcing in Asien	7
Messetermine Januar bis März 2003	7
Online-Informationsquellen	7

FAKTEN

Die Entwicklung des chinesischen Exports

Der chinesische Export ist neben den ausländischen Direktinvestitionen, den Staatsausgaben und dem privaten Konsum eine der vier Säulen des chinesischen Wirtschaftssystems. Er hat sich in der Zeitspanne von 1990 bis 1999 mit einer Steigerung von 62,1 Mrd USD auf 194,9 Mrd USD mehr als verdreifacht. China ist seit Jahren als klassisches Einkaufsland für Textilien und Schuhe bekannt.

Für viele unbemerkt blieb jedoch, dass im Jahre 1998 zum ersten Mal die Warengruppe Maschinen und Elektroausrüstungen mit mehr als 43,6 Mrd USD den größten Exportanteil hatte. China bewegt sich also langsam weg vom Status eines Exportlandes für technologisch und qualitativ relativ anspruchslose Massenware hin zu einem Exporteur von industriellen Produkten und Konsumwaren mittleren Technologie-niveaus.

Die Hauptexportländer Chinas im Jahre 1999 waren die USA mit 21,5 Prozent, Hongkong (18,92), Japan (16,6), Korea (4,0) und Taiwan (2,0). Deutschland (3,98) ist der wichtigste Handelspartner Chinas in Europa. Im Jahr 2000 erreichte China ein Außenhandelsvolumen von prognostizierten 470 Mrd USD. MOFTEC erwartet bis 2005 ein jährliches Außenhandelswachstum von acht Prozent auf 650 Mrd USD.

Im Rahmen des deutsch-chinesischen Handels kann man davon ausgehen, dass sich die Exporte Chinas bis zum Jahr 2005 von heute rund 14 Mrd USD auf über 23 Mrd USD erhöhen werden. Der WTO-Beitritt Chinas, die sukzessive Steigerung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit chinesischer Unternehmen, die Auflösung von Staatsexport-Monopolen sowie aufwendige Restrukturierungsprogramme des chinesischen Maschinenbaus werden vor allem den Export von qualitativ hochwertigen Maschinen und Anlagen nach Deutschland fördern.

FORTSETZUNG VON SEITE 1

Rechtliche Rahmenbedingungen

Zur Grundlage einer Geschäftsbeziehung gehört unter anderem ein einwandfrei formulierter Kaufvertrag, in dem vor allem wichtige Lieferkonditionen wie Qualität, Lieferzeit und Liefermengen geregelt sowie Vertragsstrafen bei Nichterfüllung, Lieferverzug, mangelhafter Lieferung oder anderen wesentlichen Vertragsverletzungen definiert werden. Das Vertragsgesetz vom 1. März 1999 bietet hier ausreichende Möglichkeiten.

Bei Qualitätsmängeln gelten zunächst vorrangig die Bestimmungen des Vertrags oder nachträglich zwischen den Parteien vereinbarte Bestimmungen. Andernfalls hat die vertragstreue Partei - abhängig von Vertragstyp und -gegenstand - ein Wahlrecht auf Nachbesserung, Neulieferung, Neuherstellung, Minderung oder Wandelung gemäß Artikel 117 des Gesetzes. Die Parteien sollten vereinbaren, dass bei einem Vertragsbruch die dadurch entstehenden Kosten durch den Verletzer zu tragen sind. Gleichzeitig können sie die Berechnungsmethode des Schadensersatzes vereinbaren. Fehlt eine solche Bestimmung, ist „Schadensersatz für Verlust“ zu leisten, der in der Höhe dem durch den Vertragsbruch entstandenen Schaden entspricht einschließlich entgangenem Gewinn.

Ein weiterer wichtiger rechtlicher Bestandteil eines Einkaufsgeschäftes in China ist die Prüfung möglicher Schutzrechte wie Geschmacks- oder Gebrauchsmuster sowie etwaiger Exklusivitätsvereinbarungen mit einem chinesischen Lieferanten. Nicht selten sind bereits bei einfachen Liefergeschäften erste Technologieverluste zu verzeichnen.

Ausfuhrbestimmungen

China hat in den zurückliegenden Jahren seine Außenhandelspolitik Schritt für Schritt liberalisiert. Zahlreiche Ein- und Ausfuhrbeschränkungen wurden aufgehoben oder abgemildert, andere jedoch auch neu eingeführt. Allerdings benutzt China weiterhin ein recht kompliziertes Mischsystem tarifärer und nichttarifärer Regelungen zur Kontrolle seines Außenhandels. Die

Kompetenzen sind nicht nur bei der Zentralregierung in der Hauptstadt Peking, sondern auch bei den Provinzverwaltungen angesiedelt.

Aktuell dürfen aus der VR China unter anderem Platin, spezielle Chemierzeugnisse, Kulturschätze und bedrohte Tier- und Pflanzenarten nicht ausgeführt werden. Einer strikten Export-Lizenzpflicht unterliegen unter anderem so genannte Dual-use-Chemikalien, schweres Wasser und die Ausfuhr von Fisch, frischem Gemüse und Obst nach Hongkong und Macau.

Das Export-Lizenzsystem wird vom Außenwirtschaftsministerium (MOFTEC) verwaltet und von lokalen Stellen umgesetzt. Für einen größeren werdenden Produktkatalog wurde ein Export-Ausschreibungsverfahren eingeführt. Ausfuhrlicenzen für einmaligen Gebrauch haben eine Gültigkeit von drei Monaten, für einige landwirtschaftliche und petrochemische Produkte gelten sie sechs Monate und können bis zu zwölfmal in Anspruch genommen werden (siehe auch die Informationen der Bundesagentur für Außenwirtschaft unter www.bfai.de).

Problembereiche des Einkaufs

Umfrageergebnisse unter mehr als 50 deutschen Unternehmen in China zeigen, dass der lokale chinesische Beschaffungsanteil bezogen auf die Gesamtzahl der Lieferanten bereits erstaunlich hoch ist. Mehr als drei Viertel der Unternehmen gaben an, dass sie mehr als 60 Prozent ihrer Produkte bereits in China beziehen. Allerdings liegt der wertmäßige Local-Content bei drei Viertel der Unternehmen unter 60 Prozent. Kritische Teile können oder wollen deutsche Unternehmen auch über einen langen Zeitraum nicht in China lokalisieren.

Die Probleme der Beschaffung in der Volksrepublik China sind vielfältigster Art. Deutsche Unternehmen beklagen sich vor allem über die ungenügende Qualität der Lieferanten, Unzuverlässigkeit, fehlende Transparenz über Beschaffungsmöglichkeiten, unzureichende Lieferzeiten, hohe Preise sowie die Unflexibilität von chinesischen Lieferanten.

Die Intransparenz des Beschaffungsmarktes

Fehlende Marktkennntnis und der stetige Veränderungsprozess in der chinesischen Zulieferindustrie erschweren die Informationsbeschaffung. Als Suchquellen bieten sich Fachmessen, übergeordnete Fachverbände und Sublieferanten von Wettbewerbern an. Auch Fachinstitutionen und lokale Behörden wie CCPIT und MOFTEC sowie sekundärstatistische Quellen wie Fachzeitschriften, Datenbanken und Literatur führen weiter. Weitere Hilfestellungen können chinesische und ausländische Handelsgesellschaften, State Materials and Commercial Departments sowie Commission Agencies geben.

In China kann man meist nicht darauf vertrauen, dass es ausreicht, vor dem Lieferanten schriftlich oder mündlich eine Idee oder Vorstellung zu äußern, damit diese Vorstellung dann umgesetzt wird. Das gesprochene Wort ohne Skizzen, Zeichnungen oder Ähnliches reicht nicht aus, um ein Produkt zu erhalten, das

den eigenen Ansprüchen genügt. Bei neuen Produkten bewährt es sich vielfach, vor der ersten Lieferung die Anforderungen durch die Darstellung von Gut-/Schlechtmustern deutlich zu machen. Zudem ist der Unterschied zwischen Mustern und Serienprodukten häufig erheblich, auch die Kontinuität der Produkte nach Qualität und Spezifikationen sowie Preisforderungen sind weiterhin ein großes Problem in China.

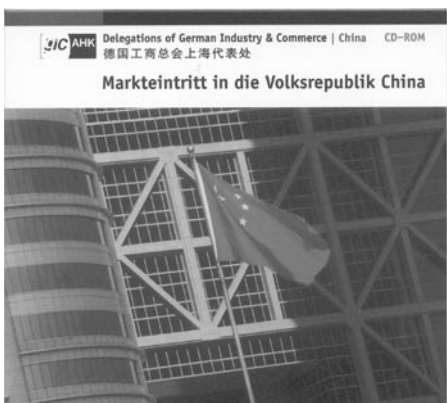
Die Schwierigkeiten des Einkaufsprozesses nur auf die chinesischen Lieferanten zu schieben, wäre aber nicht fair. Vielfach treten deutsche Unternehmen mit deutschsprachigen Lastenheften, technischen Zeichnungen und Produktspezifikationen auf, die in China nicht verstanden werden. Das Lösen von der deutschen Sprache zu Gunsten der englischen sollte für einen Einkäufer langfristig zur Normalität werden. Angaben nach DIN oder ISO reichen oftmals nicht aus und führen zu Missverständnissen. Bildmaterial und technische Skizzen, die auch dreidimensionale Ansichten enthal-

ten, ersparen zeitaufwendiges Nachfragen von chinesischer Seite. Jede Minute, die man für die Bereitstellung von eindeutigen Spezifikationen, Lastenheften und Zeichnungen einspart, wird man später um ein Vielfaches aufbringen müssen, um Qualitäts- und/oder Funktionsabweichungen zu beseitigen.

Der Preis als Problemfaktor

Es ist ein weit verbreiteter Irrglaube, dass die Produktion in China immer besonders günstig ist. Selbst wenn man an den Herstellungskosten sparen sollte, muss man überproportional in Qualitätssicherungsmaßnahmen investieren. Ohne Zweifel lohnt sich in den meisten Fällen der Einkauf von lohnintensiven Produkten in China. Manche Rohmaterialien wie beispielsweise diverse Kunststoffe müssen aber in guter Qualität aus den USA oder Europa importiert werden. Diese sind dann in China nicht unter 130 Prozent des Weltmarktpreises zu beziehen.

Bernd Reitmeier
Wilfried Krokowski



Markteintritt in der VR China - ein Leitfaden für den Mittelstand

Diese CD-ROM bietet Ihnen aktuelle Informationen zu Themen wie Vertriebsaufbau, Investitionen, rechtliche Rahmenbedingungen, Finanzierung, Steuern, Standorten sowie Personal in China. Neben allgemeinen Informationen finden Sie Musterformulare, Musterverträge, wichtige Webseiten sowie Multimediaanwendungen wie Bild und Film.

Herausgegeben wird die CD-ROM vom Delegiertenbüro der Deutschen Wirtschaft in Shanghai in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag in Berlin sowie zahlreichen Chinaexperten.

Für wen ist diese CD-ROM interessant?

- Die CD-ROM richtet sich in erster Linie an Neueinsteiger im Chinageschäft, die sich bereits im Vorfeld über die allgemeinen Marktbedingungen informieren möchten.
- Auch im Chinageschäft etablierte Unternehmen dürften interessante Informationen finden.
- Messebesucher, die erste Regeln des Chinageschäftes erfahren wollen

Ein wichtiger Ratgeber für alle, die erfolgreiches Chinageschäft betreiben möchten.

Preis: Euro 99.- (zzgl. MWSt.) inklusive Versandkosten

zu beziehen über:

Delegiertenbüro der Deutschen Wirtschaft Shanghai
Fax: 0086 21 5081 2009
Tel.: 0086 21 5081 2266
E-Mail: office@ahksha.com.cn

oder

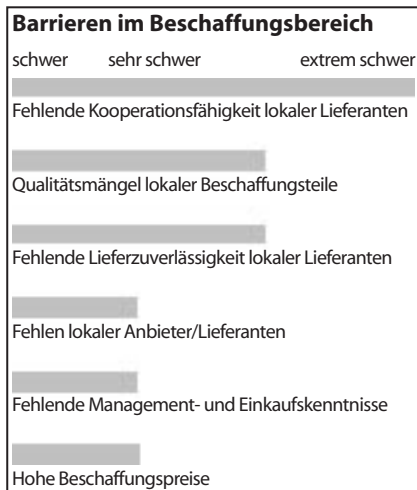
Global Procurement Consulting
Fax: 0049 5541 31231
E-Mail: info@gps-logistics.com

Sourcing

Internationale Beschaffungslogistik: der Standort China

Der chinesische Beschaffungsmarkt wird von internationalen Unternehmen aus mehreren Perspektiven betrachtet: Zum einen als Sourcingmarkt vor dem Hintergrund der Realisierung von Preisvorteilen und Kostenreduzierung und zur Ausweitung des Lieferantenspektrums im Zuge eines Global Sourcing. Zum anderen ist er auch ein lokaler Beschaffungsmarkt für Rohmaterialien, Halbfabrikate, Zubehör und Komponenten sowie Maschinen- und Anlagenausrüstung für inländische Investitionsprojekte.

War die Volksrepublik China in den 70er Jahren hauptsächlich ein Beschaffungsmarkt für „Billigprodukte“ wie Textilien, Spielzeug und Standardmaschinen, so werden dort mittlerweile auch hochwertige Konsum-, Produktions- und Investitionsgüter beschafft.



Beschaffungsprobleme in China

Als Ergebnis einer Umfrage unter 200 amerikanischen Unternehmen in China wurden im Beschaffungsbereich sechs Problemfelder ermittelt. Nach Aussagen dieser Unternehmen wird vor allem die fehlende Kooperationsbereitschaft chinesischer Lieferanten als schwerwiegende Barriere angesehen. Große Qualitätsmängel lokaler Beschaffungsteile und fehlende Lieferzuverlässigkeit lokaler Anbieter sind ebenso problematisch wie das Fehlen lokaler Anbieter, hohe Beschaffungspreise und fehlende Management- und Einkaufskennnisse der chinesischen Mitarbeiter.

Problemfelder „Staatsbetriebe“ und „Joint-Venture-Unternehmen“

Bei den Waren, die in China bezogen werden können, gilt es zu differenzieren. Es gibt einerseits Firmen

(fast ausschließlich in den freien Wirtschaftszonen), die westlichen Qualitätsstandards entsprechen. Es gibt aber andererseits Firmen (meist Staatsbetriebe), von denen abzuzuziehen ist. Man kann nur hoffen, dass der eigene Vertrieb oder die Geschäftsleitung nicht allzu blauäugig Joint-Venture-Gedanken mit diesen Betrieben hegen. Leider war es bisher oft Praxis, dem chinesischen Joint-Venture-Partner die Lieferantenauswahl und -betreuung zu überlassen. Das Ergebnis war häufig eine miserable und ineffektive Zulieferstruktur, die einige Unternehmen dazu veranlasst hat, sich wieder aus China zurückzuziehen. Ferner war die Konsequenz dieser verfehlten Vertriebspolitik, dass lokale chinesische Lieferanten aufgebaut wurden, die heute im direkten Wettbewerb zu ausländischen Firmen stehen, die sich auf dem chinesischen Zuliefermarkt behaupten wollen.

Local-Content-Anteil

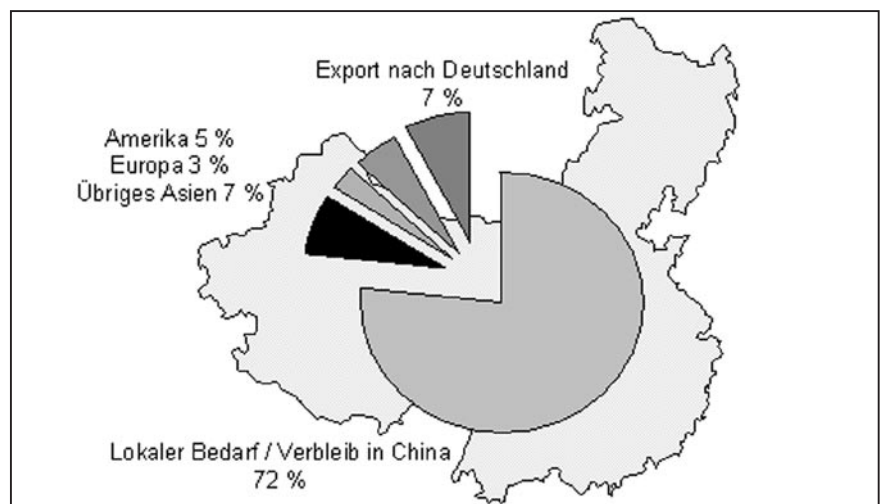
Umfrageergebnisse haben ergeben, dass der wertmäßige Local-Content-Anteil deutscher Unternehmen in der VR China Ende 1997 im Durchschnitt bei 52,5 Prozent

**HAUPT-EINKAUFSPRODUKTE
Lohnintensive Produkte
mittlerer Kategorie**

Einfache Maschinen und elektronische Produkte (z.B. Walkman, Kassettenrecorder), Haushaltsgeräte, Nachrichtengeräte, feinmechanische und optische Erzeugnisse, Uhren, einfache Elektronik (Transistoren, Halbleiter), Kunststoff- und Druckgussteile, Metallverarbeitung, Baugruppen, DIN-Teile, Leiterplatten (Multilayer), bestückte Leiterplatten (konventionell und SMD), Netzteile, Leuchten, Konsumerprodukte, Bekleidung und Textilien, textile Garne und Fasern, Hüte, Schuhe, Koffer, Reiseartikel, Spielzeug, Sportgeräte, Erdölprodukte, Chemikalien, Erze und Agrarprodukte (Mais).

lag. Bei der Verteilung der Anteile zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede zwischen den Unternehmen. Unabhängig vom Zeitpunkt des Markteintritts, der Branche oder der Standorte der deutschen Unternehmen in China schwanken die Anteile der lokalen Beschaffung zwischen null und 98 Prozent. Der durchschnittliche Local-Content-Anteil erhöht sich jährlich. Bei dieser Betrachtung spielt der Aspekt Qualität der lokalen Zulieferteile und Besteuerung der importierten Teile eine wesentliche Rolle. Einerseits sind Importzölle von 40 Prozent und mehr keine Seltenheit, andererseits sind des öfteren Ausschussraten von bis zu 40 Prozent vorzufinden.

Wilfried Krokowski



Grafik: Absatzziele der deutschen Unternehmen in China

Copyright: GPS-Dipl.-Ing. Wilfried Krokowski

GLOBAL SOURCING

Unterstützung durch erfahrene Servicebüros

Wie kann man erfolgreich im internationalen Einkaufsgeschäft bestehen? Diese Frage stellt sich zu Recht jeder Einkäufer. Dabei wird häufig das Thema Global Sourcing einfach als neuer Punkt auf die Prioritätenliste des Einkaufs gesetzt. Mit erfolgreichem Global Sourcing sind folgende Aktivitäten eng verbunden:

- Kenntnisse über weltweite Beschaffungsmärkte
- Lieferantenauswahl/-bewertung
- Lieferantenmanagement
- Vollkostenbetrachtung (TOCO)
- internationales Vertragsrecht und Verhandlungsführung
- Qualifikation und Weiterbildung der Mitarbeiter, interne Unterstützung im eigenen Unternehmen
- lokale Betreuung vor Ort

Diese Aktivitäten und Aufgaben mit bestehenden Strukturen und vorhandenen Kapazitäten in kurzer Zeit erfolgreich zu bewältigen ist nahezu unmöglich. Hier besteht im

Einkauf die Möglichkeit, wie auch in der Logistik und im Qualitätsbereich, einige wesentliche Elemente von außen mit einzubinden und somit Kapazitäts- und Know-how-Engpässe zu überwinden.

Aufgaben der "International Purchasing and Service Offices" (IPO)

Die Bezeichnung Internationale Einkaufsbüros lässt den Schluss zu, dass es sich hierbei um reine Einkaufsagenturen oder Händler handelt, die im Bereich der Wertschöpfungskette keinen großen Beitrag leisten. Dass diese Sichtweise nicht automatisch richtig ist, zeigt das Leistungsspektrum von renommierten IPOs. Neben der reinen Auftragsabwicklung können folgende Arbeiten von professionellen IPOs vor Ort durchgeführt werden:

- Erschließung des Beschaffungsmarktes
- Plattform für alle Sourcing-Aktivitäten

- Qualitätsinspektionen/Verschiffungsfreigaben
- Terminüberwachung
- Unterstützung bei der Pflege von Lieferantenbeziehungen
- administrative Unterstützung vor Ort
- Logistikunterstützung
- Aufbereitung aktueller Länder- u. Benchmark-Informationen

sowie abhängig von der Qualifikation der Servicebüro-Mitarbeiter:

- Angebotseinholung/-verhandlung
- Vertragsverhandlungen
- Lieferantenaudits
- Unterstützung von Besuchern des Stammhauses
- Verhandlungen von technischen Änderungen
- Betreuung von Kostenreduzierungsprogrammen
- Bearbeitung von Beanstandungen
- Joint Venture und Vertriebsunterstützung
- Unterstützung beim Aufbau lokaler Produktionsstätten
- Bedarfsbündelung/Einkaufsmacht

GLOBAL PROCUREMENT SERVICES (GPS)

Sobald Einkäufer in China Potenzial entdeckt haben und die ersten Kontakte zu chinesischen Lieferanten aufgenommen wurden, tritt die Frage nach der organisatorischen Positionierung auf, um gemeinsam notwendige Produkt- oder Produktionsanpassungen vorzunehmen, regelmäßige Qualitätsinspektionen sowie die Auftragsabwicklung durchzuführen. Ein eigenes Einkaufsbüro in China können jedoch nur sehr wenige deutsche Unternehmen einrichten.

Um diese Dienstleistungslücke zu schließen, kooperieren die beiden Delegiertenbüros in Shanghai und Guangzhou seit fast zwei Jahren mit Global Procurement Services (GPS):

Selektion passender Lieferanten

GPS recherchiert Adressen, stellt deutsche Unternehmen sowie deren Anliegen in einem Brief/Fax vor und holt mittels eines Rückmeldebogens Informationen zu interessierten Unternehmen ein.

Anhand dieser Rückmeldebögen kann gezielt an die Vorarbeit von GPS anknüpft werden.

Adressenrecherche

Erstellung von Adressenverzeichnissen nach Produktgruppe bzw. Branche.

Firmenrecherchen

GPS wählt nach den gestellten Anforderungen gezielt einzelne Unternehmen aus, überprüft diese auf die Grundvoraussetzungen für eine Zusammenarbeit (Außenhandelslizenzen, Kommunikation in englischer Sprache, Geschäftsbereich, Interesse an einer Zusammenarbeit, etc.) und leitet die Firmenprofile dieser potenziellen Partner weiter.

Firmenbesuche

Überprüfung der Produktionsanlagen, Überprüfung der Qualitätskontrollen, Kontrolle des technischen Wissens, Ermittlung kritischer Produktionsprozesse, Ermittlung von Produktionskapazitäten/Kapazitätsgrenzen, Analyse des Verbesserungs- und Kooperationswillens des

Lieferanten, Prüfung des Lieferverhaltens.

Gesamtbetreuung des Einkaufs

Im Rahmen der Auftragsbetreuung unterhält GPS ein intensives Relationship Management zu den Lieferanten. Dabei agiert das erfahrene Einkaufspersonal als lokaler Mittler zwischen dem chinesischen Lieferanten und dem deutschen Kunden. Differenzierte Preisvergleiche, Lieferantenbewertungen, Benchmarking-Analysen bis hin zu modernen Total-Cost-of-Ownership-Betrachtungen sind Werkzeuge, mit denen GPS der Komplexität des chinesischen Beschaffungsmarktes Rechnung trägt. Folgende Dienstleistungen werden angeboten:

- Auftragsverfolgung
- Bearbeitung von Beschaffungsanfragen
- Lösung von Reklamationsfällen
- Termin- und Qualitätsverfolgung
- Versand von Musterteilen
- Preis- und Vertragsverhandlungen

Weitere Infos: www.gps-logistics.com

CASE STUDY

Produktionssynchrone Anlieferung: Erfolg durch starke Partner

An einem Mittwoch im Oktober klingelt im Büro von GPS (Global Procurement Services) in Guangzhou (Kanton) das Telefon. Steven Xiao, Sourcing und Quality Director of GPS Guangzhou nimmt den Anruf entgegen. Ein chinesischer Lieferant in Dongguan meldet gerade die Lieferbereitschaft von 5.000 Aluminiumdruckgussteilen für die Firma ContiTech Vibration Control (ContiTech VC) in Hannover. Steven bestätigt die Lieferbereitschaft und vereinbart einen Kontrolltermin am nächsten Tag bei der Firma. Am nächsten Morgen macht sich Steven auf und besucht die Produktionsstätte des Lieferanten in Dongguan.

Bei seiner Ankunft wird er vom Qualitätsleiter empfangen und beide gehen direkt zum Warenausgang, dort liegt die angekündigte Sendung zur Abnahme bereit. Steven führt in Gegenwart des Qualitätsleiters die ersten Qualitätsprüfungen durch. Sichtkontrolle, Überprüfung der kritischen Masse und Toleranzen, Verpackungskontrolle und Sichtung der Versandpapiere stehen auf der Prüfliste des Qualitätsbeauftragten von GPS. Die entsprechenden Vorgaben sind in der GPS Database im Internet abgelegt und gelten als bindende Vorgabe sowohl für den Lieferanten als auch für den GPS-Mitarbeiter. Nach vier Stunden ist die Prüfung abgeschlossen und Steven setzt seinen GPS-Stempel unter die Papiere. Die Sendung ist zum Versand nach Deutschland freigegeben.

Versand nach Deutschland

Der Versandleiter des chinesischen Lieferanten hat in der Zwischenzeit den Logistikpartner Schenker in Hongkong darüber informiert, dass eine Lieferung nach Hannover ansteht. Am nächsten Tag werden die Teile von Schenker in Dongguan abgeholt und per LKW zum Hafen nach Hongkong gebracht. Hier findet die Umladung auf ein Containerschiff nach Hamburg statt.

Schenker Hongkong meldet die Versanddaten an Steven in Guangzhou, Steven gibt die Informationen (Bill of Lading, Schifffdaten und voraussichtlicher Termin der Ankunft

in Hamburg) ins Internet ein. Die Versandinformationen sind wesentlicher Teil des Order Status Reportings, das GPS mit seinen Kunden vereinbart hat. Im Internet sind nun die Daten für den Einkaufs- und Produktionsbereich des Kunden ContiTech VC sofort verfügbar. Damit hat die Produktion und die Materialwirtschaft in Deutschland jederzeit einen Überblick über den Auftragsstand und dies über eine Entfernung von über 12.000 km.

Nach etwa 23 Tagen ist der Container in Hamburg angekommen. Dort erfolgt die Umladung auf den LKW, der die Sendung ins Zentrallager von Schenker nach Hannover übernimmt.

**Dienstleistung Logistik:
Just in Time „made in China“**

Der Logistikpartner Schenker übernimmt in Hannover die Entzollung, die Einlagerung der Teile und nimmt eine Aufteilung in kleinere Loseinheiten (Stichwort: Produktionssynchrone Anlieferung) vor. Ferner werden die Teile des chinesischen Lieferanten mit anderen Produktionsteilen aus anderen Teilen der Welt in Produktionseinheiten zusammengestellt und täglich dem ContiTech VC Werk in Hannover angeliefert.

Um die Flexibilität zu erhöhen, hat der ContiTech VC Einkauf mit seinem Lieferanten in Dongguan vereinbart, dass ein Pufferlager in Höhe von sechs Wochen (auf Kosten und Risiko des Lieferanten) in Hannover bei Schenker liegt. Dieses Pufferlager gibt dem Kunden ContiTech VC die notwendige Flexibilität, bei kurzfristigen Produktionserhöhungen sofort reagieren zu können. Somit ist ein dem Just-in-Time ähnliches Anlieferverfahren auch mit chinesischen Lieferanten durchaus möglich.

Fazit

Das Beispiel zeigt sehr anschaulich, dass produktionssynchrone Anlieferverfahren, Kostenreduzierung durch den Einsatz einer weltweiten Lieferantenbasis und zuverlässige Qualität nicht isolierte und zwangsläufig sich widersprechen-

KOOPERATION

**GPS/AHK/SCHENKER:
Erfolgreiches Teamwork**

Wenn deutsche Einkäufer in China Potenzial entdecken und erste Kontakte zu chinesischen Lieferanten aufgenommen haben, dann stellt sich sehr schnell die Frage nach der organisatorischen Positionierung. Wie kann ich meine Logistik realisieren und meine Flexibilität erhalten, wer führt regelmäßige Qualitätsinspektionen durch, wer stellt eine reibungslose Auftragsabwicklung sicher? „Eigene Leute vor Ort“ lautet meist die Antwort, jedoch ist dies in den meisten Fällen nicht effektiv und auch nur für eine begrenzte Anzahl von Firmen finanziell tragbar.

Die Delegiertenbüros der Deutschen Wirtschaft in Shanghai und Guangzhou kooperieren seit drei Jahren mit dem Unternehmen Global Procurement Services (GPS). Im Rahmen dieser Zusammenarbeit werden gesamte Einkaufsprozesse wie Lieferantensuche, Audits, Auftragsabwicklung, Qualitätskontrolle oder Reklamationswesen für eine rasch wachsende Zahl deutscher Unternehmen in China betreut. Der logistische Part wird dabei von der Firma SCHENKER übernommen.

Kontakt

Delegiertenbüro der
deutschen Wirtschaft Shanghai
29/F POS Plaza, 480 Pudian Road
Pudong - Shanghai 20010
Tel. +86-21-5081-2266
Fax +86-21-5081-2009
E-Mail office@ahksha.com.cn

Global Procurement Consulting
Hägersteig 49
34346 Hann. Münden
Tel. +49-5541-31220
Fax +49-5541-31231
E-Mail germany@gps-logistics.com

de Strategien darstellen. Mit den richtigen Partnern und mit den richtigen Abläufen, Werkzeugen und Vereinbarungen sind Qualität, Kostenreduzierung und Zuverlässigkeit durchaus unter einen Hut zu bringen. *Wilfried Krokowski*

INTERNATIONALE EINKAUFSPRAXIS

Checkliste Global Sourcing in Asien

1. Welche Bedeutung hat der internationale Einkauf (Global Sourcing) im Unternehmen?
2. Welche Produkte (Produktportfolio) bieten sich zum Bezug im Fernen Osten an?
3. Gibt es bereits eigene Produktionsstandorte oder Vertriebsorganisationen in diesen Ländern und werden diese Quellen für den Beschaffungsbereich ausreichend genutzt?
4. Gibt es Überlegungen, mit den eigenen Produkten den asiatischen Markt zu erschließen?
5. Erscheint ein gemeinsames Vorgehen von Marketing/Vertrieb und Einkauf in diesen Ländern sinnvoll?
6. Kann ein möglicher Lieferant mehr als nur Teile liefern (gemeinsame Entwicklungen, gemeinsamer Vertrieb, Joint Venture)?
7. Ist ein entsprechendes Projektteam gebildet worden und haben die übrigen Abteilungen (Produktion, Qualität, Entwicklung) die gleichen Vorgaben wie der Einkauf?
8. Stehen in der Budgetplanung entsprechende Mittel (Reisekosten, Kosten für lokale Einkaufsbüros etc.) für Global Sourcing-Aktivitäten zur Verfügung?
9. Werden die internen Verfahrensabläufe (Cash flow, Wareneingangskontrolle, Logistik, Lieferzeiten etc.) auf einen möglichen weltweiten Materialbezug überprüft und angeglichen?

Beschaffungsbereich

1. Ist die strategische Ausrichtung des Beschaffungsbereiches in jüngster Zeit mit den Unternehmenszielen abgestimmt worden?
2. Liegen dem Einkauf entsprechende Informationen über internationale Beschaffungsmärkte vor?
3. Hat der Einkauf entsprechendes internationales Know-how?
4. Sind entsprechende englische Sprachkenntnisse vorhanden?
5. Werden ausreichend Informationsträger und Vorbereitungsseminare vom Einkauf genutzt?
6. Ist der strategische Einkauf weitgehend vom administrativen Geschäft entlastet?

Zusammenarbeit mit Lieferanten

1. Welche Formen der Zusammenarbeit kann mit internationalen Lieferanten angestrebt werden?
2. Ist die Geschäftsführung bereit die Lieferantenkontakte im Fernen Osten zu pflegen und auszubauen?
3. Sind die Spezifikationen oder Zeichnungen in englischer Sprache vorhanden?
4. Sind bei der Lieferantenauswahl alle beteiligten Stellen als Team eingebunden oder arbeitet jede Abteilung für sich?
5. Gibt es einen abgestimmten Plan für die Lieferantenbetreuung?
6. Gibt es ein abgestimmtes Anforderungsportfolio für die Lieferantenauswahl?

Messetermine Januar bis März 2003

Januar 2003

Hongkong	Hongkong Toys & Games Fair
Hongkong	Fashion Week
Hongkong	Hongkong International Stationery Fair

Februar 2003

Hongkong	HKIFFF	International Fur and Fashion Fair
Hongkong		Education & Careers Expo
Shanghai	Woodmac/ 25. - 28.02. FurniTek China	International Exhibition of Machinery and Accessories for Furniture Production, Upholstery and Furnishings

März 2003

Peking	Automechanika China	International Trade Fair for Car-Workshop and Service Station Equipment, Auto-Spare Parts and Accessories
Peking	WINDOOR	International Door & Windows, Construction Equipment & Technology Fair
Shanghai	CHINAFLOOR	DOMOTEX asia/CHINAFLOOR
Peking	CHIC	China International Clothing and Accessories Fair
Hongkong/ SWG	LINKIN	Hongkong International Machine Tool, Linkage Industry, Plastics & Packaging Exhibition
Shanghai	Woodwork Shanghai	Woodworking Machinery Fair China
Shanghai	LIVEXPO SHANGHAI	International Exhibition for Production & Processing of Livestock and Poultry
Peking	C & US	Internationale Messe für Bauwesen, Baumaterial & Kommunale Dienstleistungen
Peking	Auto Service/ Maintexpo China	International Automotive Maintenance & Testing Equipment & Tool Exhibition/Auto Supplies
Hongkong	Packaging Exhibition	
Hongkong	Plastics Exhibition	
Dongguan	International Textile & Clothing Technology and International Textile & Clothing Technology and Equipment Fair	
Kanton	Dental South China Expo & Conference	South China International Dental Equipment & Technology Expo & Conference
Hongkong	HKIJS	International Jewellery Show
Shanghai	SIOF	Shanghai International Optics Fair

Online- Informationsquellen

Delegiertenbüro der Deutschen Wirtschaft / Außenhandelskammer Shanghai:
www.ahksha.com.cn

Global Procurement Services:
www.gps-logistics.com

Alibaba Informationsdatenbank:
www.alibaba.com

China-Sources Informationsdatenbank:
www.chinasources.com

Wan Fang Data Informationsdatenbank:
www.wanfangdata.com.cn

Aktuelle Wirtschaftsinformationen und Messetermine:
www.china-vision.de

vwd:asien.

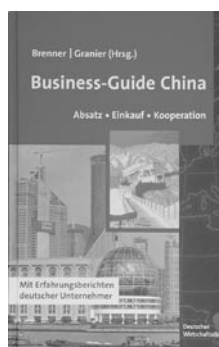
News von Ihrem Wachstumsmarkt.

Sofort wissen, was sich in der Region tut: Aus „ChinaContact exklusiv“ mit „vwd südostasien“ wird zum 1. Januar 2003 „vwd:asien“ - das umfassende Informationsprodukt für das Asiengeschäft.

- Print: wöchentlicher Newsletter mit topaktuellen Berichten und Analysen
- E-Mail: täglicher Newsletter mit Wirtschaftsnachrichten aus der Region
- Internet: Profi-Recherche im Online-Archiv mit 7.000 Artikeln zum Asiengeschäft
- Updates: Sonderhefte zu den Top-Themen und Wachstumsbranchen in Asien

Testen Sie „vwd:asien“ jetzt kostenlos einen Monat lang! Ein regelmäßiges Abonnement erhalten Sie als Mitglied von OAV, AHK Shanghai oder Asien-Pazifik-Forum Berlin zum Vorzugspreis von 26 (statt 29) Euro pro Monat.

Und wenn Sie bis zum 31. Januar 2003 abonnieren, bekommen Sie von uns kostenlos den „Business-Guide China“: 220 Seiten Tipps und Erfahrungsberichte zu Absatz, Einkauf und Kooperation.



| Jetzt abonnieren | 06196-405-301 | www.vwd-asien.de |

making information intelligent.

IMPRESSUM

vwd:asien

Wochendienst für Ihren
Geschäftserfolg in Asien

Herausgeber:

vwd Vereinigte
Wirtschaftsdienste GmbH
Niederurseler Allee 8-10
65760 Eschborn

local global GmbH
Marienstraße 5
70178 Stuttgart

Redaktion und Anzeigen:

local global GmbH
Marienstraße 5
70178 Stuttgart
Telefon 0711-225588-0
Fax 0711-225588-11
E-Mail cce@localglobal.de
Chefredakteurin: Edith Bachmayer
Redaktion/DTP: Matthias Jung,
Angela Keller, Olga Lukomska,
Kirsten Ohlenschlager

Abonnementservice:

vwd Vereinigte
Wirtschaftsdienste GmbH
Birgit Gerharz
Telefon 06196-405-301
Anja Brech
Telefon 06196-405-306
oder: www.vwd-asien.de

In Zusammenarbeit mit dem
Ostasiatischen Verein e.V. (OAV)



Erscheinungsweise: wöchentlich

Druck:

Brönners Druckerei
Breidenstein GmbH, Frankfurt/M.

Alle Rechte vorbehalten. Es wird darauf hingewiesen, dass hinsichtlich der Inhalte Urheberrecht besteht. Kopien, Übersetzungen, Auswertungen oder sonstige Vervielfältigungen jeglicher Art bzw. Verbreitung oder Nutzung für Verbreitungen in allen Medien (gedruckt und elektronisch) sind nur mit vorheriger, ausdrücklicher Genehmigung durch vwd gestattet.

Das Special "Sourcing in Asien 2003" wurde in Kooperation mit dem Delegiertenbüro der Deutschen Wirtschaft Shanghai und Global Procurement Consulting (GPS) erstellt.