

» Chance und Herausforderung – Indien



» Indien boomt.

Über 1,2 Milliarden Menschen leben auf dem Subkontinent, in den Deutschland im Jahr 2010 Waren im Wert von rund 6,2 Milliarden Euro exportiert hat. Die deutschen Direktinvestitionen der letzten zehn Jahre betragen über drei Milliarden Euro.

„Made in Germany“ – Atreus unterstützt Unternehmen bei ihren Vorhaben auf dem indischen Markt

Mit einem Wirtschaftswachstum von 8,5 Prozent gehört Indien zu den am stärksten expandierenden Volkswirtschaften der Welt. Bei derzeit 1,2 Milliarden Einwohnern wird es bis zur Mitte des Jahrhunderts voraussichtlich nicht nur das bevölkerungsreichste Land der Erde sein, sondern auch mit seinem Bruttoinlandsprodukt nach China und den USA an dritter Stelle liegen. In den letzten Jahren haben die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Indien deutlich an Dynamik und Intensität gewonnen. Besuche der Bundeskanzlerin jeweils in Begleitung hochrangiger Wirtschaftsdelegationen unterstrichen das gegenseitige Interesse an einer weiteren Vertiefung der wirtschaftlichen Beziehungen. „Made

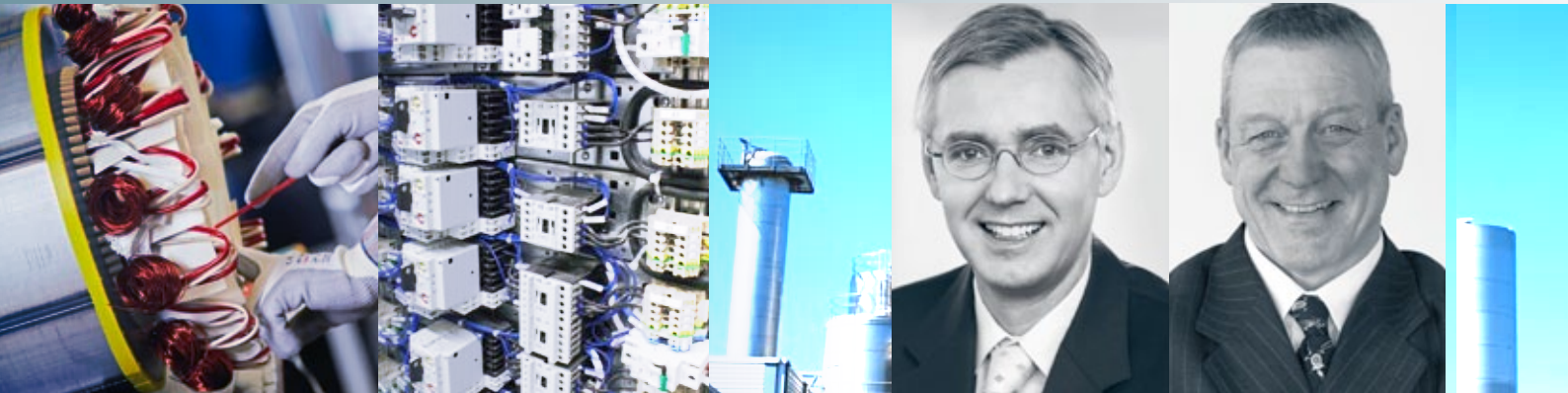
in Germany“ genießt in Indien einen hohen Stellenwert. Deutschland ist innerhalb der EU der wichtigste Handelspartner Indiens und steht als Lieferant sowie als Abnehmer indischer Waren an achter Stelle.

Deutschland stellt größtes Ausstellerkontingent auf der IMTEX

Unser Handelsüberschuss von etwa drei Milliarden Euro zeugt von hoher indischer Nachfrage, insbesondere nach deutschen Investitionsgütern – Maschinen in erster Linie, die etwa ein Drittel am Gesamtexport nach Indien ausmachen – und Kraftfahrzeugen. Bedeutsame Warengruppen im bilateralen Handel sind auch chemische und elektrotechnische sowie fein-

mechanische und optische Erzeugnisse. Kräftige Steigerungsraten sind bei Luftfahrzeugen, Nahrungsmitteln, Kraftfahrzeugen, Maschinen, Elektrotechnik sowie bei optischen Geräten zu verzeichnen. Der Schwerpunkt indischer Exporte nach Deutschland liegt im Textilbereich, gefolgt von chemischen Erzeugnissen, Lederwaren, Nahrungsmitteln, Eisen und Eisenwaren sowie Fahrzeugen.

So verwundert es nicht, dass Deutschland mit etwa 70 Ausstellern das größte Ausstellerkontingent auf der größten Maschinenbaumesse Indiens IMTEX (www.imtex.in) stellt, die im Januar 2012 in Biec, Bangalore, stattfindet. Aber nicht nur im Maschinenbau, sondern auch in der Automobil- und Zulieferindustrie



boomt das Geschäft. Die Branche trifft sich, ebenfalls im Januar 2012, auf der „Auto Expo Neu Delhi“ (www.autoexpo.in), Asiens größter Ausstellung für die Automobil- und Zuliefererindustrie.

Präsenz auf internationalen Absatz- und Beschaffungsmärkten als Erfolgsfaktor

In unserem Geschäft verzeichnen wir seit einigen Jahren eine stark steigende Nachfrage nach Interim Managern, die unsere Kunden bei ihren Projekten auf dem indischen Markt begleiten und diese erfolgreich umsetzen. Tatsächlich finden heute insgesamt mehr als ein Viertel der Atreus Einsätze im Ausland statt. Die Tendenz ist steigend, denn die Präsenz auf den internationalen Absatz- und Beschaffungsmärkten ist für Großkonzerne ebenso von immer größerer Bedeutung wie für mittelständische Unternehmen.

Unsere Atreus Manager, die in Indien zum Einsatz kommen, sind allesamt erfahrene Manager mit ausgewiesener Kenntnis der länderspezifischen Gegebenheiten. Sie haben bereits erfolgreich ähnliche Aufgabenstellungen im Land umgesetzt, treffen daher die richtigen Einschätzungen und können schnell in die Umsetzung gehen. So stellen wir aktuell einen interimistischen General Manager für einen internationalen Chemiekonzern, der mit seinem Know-how die indische Tochtergesellschaft restrukturiert und den Vertrieb neu ausrichtet – mit dem Ziel, die

Marktanteile im Land deutlich zu erhöhen. In einem anderen Mandat ist der Atreus Experte vor Ort als Fertigungsleiter in der Werkzeugbaubranche zur Optimierung der Arbeitsabläufe und Qualitätssicherung im Einsatz.

Bau neuer Industrieanlagen und Produktionsstätten

Typisch für die Entwicklung in Indien: Während in Deutschland etwa die Modernisierung von Produktionsstätten, Prozessoptimierungen oder das Qualitätsmanagement ein Thema sind, entstehen in Indien neue, große Industrieanlagen. So haben wir beispielsweise den Aufbau einer Produktion in der Elektrotechnikbranche mit einer hochautomatisierten Massenproduktion erfolgreich begleitet. Aber auch im benachbarten Pakistan sind Atreus Experten für einen großen deutschen Anlagenbauer für Kraftwerke tätig. Wir freuen uns, wenn Sie uns bezüglich Ihres Vorhabens auf dem indischen Markt kontaktieren, und stehen Ihnen kurzfristig mit unserer Expertise sowie dem passenden und schnellen Einsatz unserer Manager zur Verfügung.

Viel Spaß beim Lesen von A.topic.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Harald Linné, Managing Partner
Erich Mayer, Partner

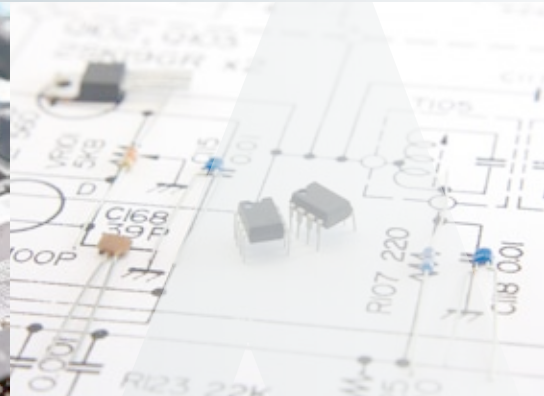
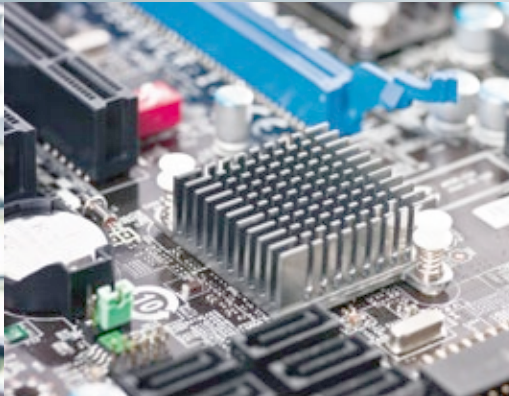
Atreus Projekte in Indien

Die Atreus Manager, die in Indien im Einsatz sind, sind erfahrene Manager mit ausgewiesener Kenntnis der länderspezifischen Gegebenheiten.

Beispiele:

- ▶ General Manager für einen internationalen Chemiekonzern, der eine indische Tochtergesellschaft restrukturiert und den Vertrieb neu ausrichtet
- ▶ Fertigungsleiter in der Werkzeugbaubranche zur Optimierung der Arbeitsabläufe und Qualitätssicherung
- ▶ Produktionsexperte in der Elektrotechnikbranche zum Aufbau einer hochautomatisierten Massenproduktion
- ▶ Beispiel Pakistan: Hier sind Atreus Experten für einen großen deutschen Anlagenbauer im Bereich Kraftwerksbau tätig

Im Übrigen: Mehr als ein Viertel der Atreus Einsätze finden im Ausland statt. Tendenz steigend.



Summary

1

► **Indien ist einer der bedeutenden Emerging Markets.** Das Wachstum wird sehr stark vom eigenen Binnenmarkt getrieben. Die Abhängigkeit Indiens von den internationalen Märkten hat zwar zugenommen, aber das Land ist nicht so extrem exportabhängig.

2

► **Der deutsche Export nach Indien wächst zweistellig.** Bei einem Plus von ca. 20 Prozent wird Deutschland ein voraussichtliches Exportvolumen von elf Milliarden Euro auf das gesamte Jahr bezogen erzielen.

3

► **Im industriellen Sektor liegt die Wachstumsrate zwischen sieben bis neun Prozent.** In einigen Branchen, wie etwa in der Automobilindustrie, werden 15 Prozent erwartet.

4

► **Deutschland genießt in Indien einen exzellenten Ruf – insbesondere bei den Investitionsgütern oder im Maschinen- und Anlagenbau.** So werden 50 Prozent des Maschinenbedarfs in Indien hergestellt, 50 Prozent importiert. Bei den Importen ist Deutschland Lieferland Nummer 1.

5

► **Die deutschen Großkonzerne sind in Indien ganz groß vertreten.** Darüber hinaus gibt es viele kleinere Unternehmen, die „im Huckepackverfahren“ als Zulieferer für diese Konzerne agieren. Darüber hinaus sind sie für indische Konzerne tätig, die der deutschen Technologie sehr zugeneigt sind.

6

► **Es bestehen sehr viele Verflechtungen** zwischen indischen und deutschen Unternehmen.

7

► **Einkommensverhältnisse, Verbrauchsmuster und Konsumverhalten unterscheiden sich stark von denen der westlichen Länder.** Eine kaufkräftige Mittelschicht wird häufig als zu euphorisch beschrieben. Der indische Konsument wird ein heimisches Konkurrenzprodukt immer bevorzugen, da das einheimische Produkt i.d.R. deutlich günstiger ist.

Länderprofil Indien

► **Ländersname:** Republik Indien, Republic of India, Bharatiya Ganarajya (Hindi)

► **Klima:** monsunabhängig (Juli bis September), heiße Trockenzeit (April bis Juni), in Nordindien stärkerer jahreszeitlicher Wechsel

► **Lage:** Südasien (beiderseits des nördlichen Wendekreises)

► Landesfläche: 3.287.000 qkm (gut neun Mal die Fläche Deutschlands)

► **Hauptstadt:** New Delhi (Einwohnerzahl: circa 13,8 Millionen Einwohner, „National Capital Territory of Delhi“)

► **Bevölkerung:** circa 1,027 Milliarden (Volkszählung 2001)

► **Landessprachen:** Hindi und Englisch als Landessprachen, 21 weitere anerkannte Sprachen





 Vita Dirk Matter

 E-Mail Dirk Matter

»» Interview mit Dirk Matter, Geschäftsführer Deutsch-Indische Handelskammer, Düsseldorf

»» Wie entwickelt sich der indische Markt aus Sicht deutscher Unternehmen?

Die Entwicklung ist sehr erfreulich. Im Exportbereich wächst Deutschland zweistellig. Bei einem Plus von ca. 20 Prozent allein in diesem Jahr werden wir voraussichtlich ein Exportvolumen von elf Milliarden Euro auf das gesamte Jahr bezogen erzielen. Damit schneidet Deutschland im internationalen Vergleich gar nicht so schlecht ab. Natürlich ist China noch eine Nummer größer. Indien boomt nun tatsächlich. Im industriellen Sektor pendelt die Wachstumsrate zwischen sieben bis neun Prozent. In einigen Branchen, wie etwa in der Automobilindustrie, werden sogar 15 Prozent erwartet.

»» Welche Produkte liefert Deutschland nach Indien?

Deutschland ist sehr stark bei den Investitionsgütern oder ganz klassisch im Maschinen- und Anlagenbau. In diesen Bereichen genießen wir einen exzellenten Ruf.

»» Also hat „Made in Germany“ einen hohen Stellenwert?

Indien ist eines der Länder, in denen „Made in Germany“ noch einen Klang wie

Donnerhall hat. Für den Maschinenbau beispielsweise gilt, dass ungefähr die Hälfte des Maschinenbedarfs in Indien hergestellt und die andere Hälfte importiert wird. Und bei den Importen ist Deutschland Lieferland Nummer 1. So geheimnisvoll oder exotisch ist Indien heutzutage auch gar nicht mehr. Es gibt durchaus Firmen – und nicht nur die ganz großen Konzerne – die schon lange auf dem Markt aktiv sind. In Indien werden viele Industrieanlagen, Stahlwerke, Raffinerien, Walzwerke, ganz neue Chemieanlagen u.v.a.m. gebaut. Das zieht einen hohen Bedarf nach sich.

»» In der Presse wird von einer sich wandelnden Gesellschaft, einer neuen Mittelschicht und einer stark wachsenden Konsumnachfrage gesprochen. Entstehen dort neue Marktchancen?

Tatsächlich bildet sich eine große Mittelschicht, die in den Medien immer wieder sehr euphorisch als kaufkräftige Mittelschicht beschrieben wird. Das ist zwar ansatzweise richtig, aber man darf die indische Mittelschicht niemals mit europäischen Einkommensverhältnissen gleichsetzen. Sie ist wesentlich bescheidener. Auch unterscheiden sich die Verbrauchs-



Das Deutschlandjahr in Indien

Anlässlich des 60jährigen Bestehens der diplomatischen Beziehungen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Republik Indien fand von Herbst 2011 bis Herbst 2012 das Deutschlandjahr „Deutschland und Indien 2011-2012“ statt. Das Jahr stand unter dem Motto „Germany and India: Infinite Opportunities“.

Deutschland, das „Land der Ideen“, präsentierte sich als innovativer, kreativer Partner Indiens für die Lösung von Zukunftsfrage. Die Sichtbarkeit bestehender deutsch-indischer Kooperationen sollte erhöht und Anstöße für neue Kooperationen gegeben werden. Das Programm umfasste die Bereiche Politik, Wirtschaft, Bildung, Forschung, Wissenschaft und Kultur. Einer der Höhepunkte war ein mobiler Veranstaltungsraum, mit dem sich das Projekt nacheinander in sieben indischen Metropolen präsentierte.

Projektträger waren das Auswärtige Amt, das Goethe-Institut, der Asien-Pazifik-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (APA) sowie des Bundesministerium für Bildung und Forschung





muster bzw. das Konsumverhalten stark von unserem. Natürlich ist Indien für die großen internationalen Konzerne aus dem Konsumgüterbereich interessant. Coca Cola, Pepsi, Unilever, Procter & Gamble usw. sind vor Ort sehr aktiv. Anders als in China oder Russland ist Indien noch kein großer Markt für Luxuskonsumgüter. Zusätzlich kommt man vor Ort schnell zu einer schmerzlichen Erkenntnis, wenn man die Konkurrenzsituation betrachtet: Der Inder wird ein heimisches Konkurrenzprodukt immer bevorzugen. Und der Grund ist häufig ganz simpel: Das einheimische Produkt ist deutlich günstiger.

» Sind mehrheitlich Großkonzerne erfolgreich etabliert?

Natürlich sind unsere deutschen Großkonzerne wie beispielsweise Siemens, Bayer, BASF oder die bekannten Automobilhersteller ganz groß in Indien vertreten. Auch der Automobilzulieferer Bosch ist sehr gut platziert. Aber es gibt auch viele kleinere Unternehmen, die sozusagen im Huckepackverfahren als Zulieferer für diese Konzerne agieren. Man darf aber nicht übersehen, dass eine Reihe indischer Konzerne der deutschen Technologie durchaus zugeneigt sind. So setzt beispielsweise Tata Motors sehr viele deutsche Maschinen ein und nutzt auch deutsche Ingenieurbüros zur Fahrzeugentwicklung. Es bestehen sehr viele Verflechtungen zwischen indischen und deutschen Unternehmen.

» Sind deutsche Manager für indische Unternehmen tätig?

Es gibt Ausnahmen, aber grundsätzlich nein. Deutsche Manager sind vor Ort überwiegend für deutsche Konzerne tätig. Eine Ausnahme ist Klaus-Peter Forster, der als CEO von Tata Motors als erster Vorstandschef mit ausländischer Nationalität bei einem indischen Großkonzern tätig war. Die indischen Konzerne sind entweder in staatlicher Hand oder, auch wenn sie börsennotiert sind, Familienunternehmen, die eine beherrschende Familie als Aktionärin vorweisen und nur äußerst selten auf internationales Management zurückgreifen.

» Ist das ein Fehler?

Die Frage stellt sich natürlich, aber es hängt mit den sehr ausgeprägten Seilschaften zusammen. Die indischen Firmen werden anders geführt, was im Übrigen auch einer der Problembereiche ist, in dem sich deutsche Firmen vor Ort schwer tun. Das „how to do business“, also die interkulturelle Kommunikation, ist ein riesiges Problem. Dort werden Geschäfte auf orientalische Art gemacht und gänzlich anders als in Europa.

» Welche besonderen Managementfähigkeiten sollte man mitbringen?

Erstens muss man sich auf die lokale Mentalität einlassen. Das heißt: Man muss sehr gut verhandeln können. Aus meiner langjährigen Praxis kann ich nur sagen, dass uns die Inder da bei weitem

Länderprofil Indien

► **Religionen:** Hinduismus (circa 80,5%), Islam (circa 13,4%), Christentum (circa 2,3%), Sikhismus (circa 1,8%) sowie Buddhismus, Jainismus, Parsen und andere

► **Unabhängigkeit:** 15. August 1947

► **Regierungsform:** Parlamentarische Demokratie: Bundesstaat (28 Staaten, 6 Unions-Territorien, National Capital Territory Delhi)

► **Staatsoberhaupt:** Pratibha Devisingh Patil, Präsidentin von Indien

► **Regierungschef:** Dr. Manmohan Singh, Premierminister von Indien





Länderprofil Indien

überlegen sind. Sie sind sehr kluge und ausgesprochen clevere Verhandler. Was uns Deutschen natürlich fehlt, ist Geduld – und noch mehr Geduld und noch mehr Geduld. Für uns ist Zeit Geld. In Indien aber geht es orientalisch langsam zu. Es kommt immer wieder zu Verzögerungen, Entscheidungen werden umgeworfen. Es muss neu verhandelt werden usw. Da braucht man gute Nerven, um letztlich erfolgreich zu sein.

» Empfehlen Sie deutschen Unternehmen, in Indien aktiv zu werden?

Man sollte auf jeden Fall mit Indien planen. Indien ist einer der ganz wichtigen kommenden Emerging Markets, soviel steht fest. Das liegt darin begründet, dass das Wachstum sehr stark vom eigenen Binnenmarkt getrieben wird. Die Abhängigkeit Indiens von den internationalen Märkten hat zwar zugenommen, aber das Land ist nicht so extrem exportabhängig. Hinzu kommt, dass das indische Finanzsystem sehr solide ist, da die indische Rupie nicht frei konvertierbar ist. Indische Banker oder indische Investoren durften überhaupt nie in Sub-Prime-Papiere in den USA o.ä. investieren. In Indien existieren noch Kapitalverkehrskontrollen.

» Sind denn nicht auch die Prognosen für Indien zurückgeschraubt worden?

In der globalen Welt heute hängt alles zusammen und keiner kann mehr boomen, wenn außen herum alles in Rezession versinkt. Das gilt natürlich auch für Indien,

insbesondere auch, da die USA ein ganz wichtiger Markt für Indien sind. Aber auch die Golfländer sind sehr wichtige Handelspartner, die aktuell nicht mehr ganz so gut dastehen. Deshalb sind die Prognosen ein kleines bisschen zurückgenommen worden. Man hofft, die zehnpromtente Wachstumsprognose in den nächsten Jahren zu erzielen. Das ist nun konservativer gerechnet und wird auf ungefähr acht Prozent geschätzt.

» Wie bewerten Sie den Besuch der Bundeskanzlerin, die im Mai mit einer großen Wirtschaftsdelegation im Land war?

Das ist eine Visitenkarte, die man hinterlässt, und die ist in Indien enorm wichtig. Hier zählt der persönliche Kontakt. Das macht es für ausländische Firmen sehr schwierig, denn sie haben einen hohen Reiseaufwand nach Indien: Beim ersten Mal tauscht man die Visitenkarten aus. Beim zweiten Mal trinkt man zusammen Tee. Beim dritten Besuch fängt man langsam an, übers Geschäft zu reden. Das „Confidence Building“ braucht eben seine Zeit. Deshalb sind flankierende Maßnahmen der Bundesregierung sehr wichtig.

» Vielen Dank für das Gespräch, Herr Matter.

» Organisationen der Wirtschaft (Wirtschaftsverbände, Arbeitgeberverbände):

Dachverbände:

- FICCI (Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry) www.ficci.com
- CII (Confederation of Indian Industry) www.ciionline.org
- ASSOCHAM (The Associated Chambers of Commerce and Industry of India) www.assocham.org
- PHD Chamber of Commerce and Industry, www.phdcci.in

Fachverbände:

- ACMA (The Automotive Component Manufacturers Association of India) www.acmainfo.com
- SIAM (Society of Indian Automobile Manufacturers), www.siamindia.com
- IEEMA (Indian Electrical and Electronic Manufacturers' Association) www.ieema.org
- FISME (Federation of Indian Micro and Small and Medium Enterprises) www.fisme.org.in
- FIEO (Federation of Indian Export Organisations), www.fieo.org
- NASSCOM (NATIONAL ASSOCIATION OF SOFTWARE & SERVICE COMPANIES), www.nasscom.org



Wirtschaftsdatenblatt

INDIEN/Republic of India	2009/10	2010/2011
Bevölkerung in Millionen	1154 (+1,4)	1186 (+1,4)
Bruttoinlandsprodukt (BIP) insgesamt zu Marktpreisen	1424 Mrd. \$	1713 Mrd. \$
Bruttoinlandsprodukt (BIP) insgesamt (in Preisen von 2004–2005) (Die prozentualen Wachstumsraten beziehen sich auf die Zahlen in indischen Rupien)	1092 Mrd. €	1313 Mrd. €
Reales Wachstum in v.H.(zu Marktpreisen)	17,3%	20,3%
Reales Wachstum in v.H.(i. Preisen v. 2004-2005) (Die prozentualen Wachstumsraten beziehen sich auf die Zahlen in indischen Rupien)	8,0%	8,6%
BIP/Kopf (Zu Marktpreisen)	1011 \$ 775 €	1185 \$ 909 €
Preissteigerungsrate (WPI)	3,6%	9,4%
Preissteigerungsrate (CPI)	12,4%	11%
Umfang Staatshaushalt in % des BIP (Ausgaben)	17%	15%
Saldo Staatshaushalt in % des BIP (Haushaltsdefizit auf Unionsebene)	6,4%	5,1%
Außenwirtschaft		
Export	178,7 Mrd. \$ (-3,5%)	164,7 Mrd. \$ (+29,5%) (Apr.–Dez. 2010)
Import	288,4 Mrd. \$ (-5%)	246,7 Mrd. \$ (+19%)
Saldo Leistungsbilanz	-13 Mrd. \$	-28 Mrd. \$ (Apr.–Sept. 2010)
Stand internationaler Verschuldung	225 Mrd. \$ (Ende Dez.08)	295,8 Mrd. \$ (Ende Sept. 2010)
Währungsreserven	297,3 Mrd. \$ (Januar 2011)	
Schuldendienst in % des BIP	5,5% (Ende März. 2010)	3,8 % (Ende Sept. 2010)
Bilaterale Beziehungen		
	2009	2010
Export nach Deutschland	5098,6 Mio. €	6193,2 Mio. €
Import aus Deutschland	8094,4 Mio. €	9253,5 Mio. €
Außenhandel mit der EU		
EU-Exporte nach Indien	27,5 Mrd. €	–
EU-Importe aus Indien	25,4 Mrd. €	–
Akkumulierter Bestand (zugeflossener) deutscher Direktinvestitionen im Gastland (Apr.2000-Dez. 2010)	2910 Mio. €	
	2009-2010	2010-2011
Nettozufluss deutscher Direktinvestitionen	626 Mio. \$	111 Mio. \$ (März – Dez. 2010)
Investitionsschutzabkommen vom	05.06.1997 in Kraft	
Doppelbesteuerungsabkommen vom	19.12.1996 in Kraft	



Länderprofil Indien

► Bruttoinlandsprodukt:

(2009/2010):
circa 1.022 Mrd. €
(1.363 \$)

► Pro-Kopf-Einkommen:

(2009/2010): circa 775 €
(1.033 \$)

► Währung:

Indische Rupie (INR);
1 Rupie = 100 Paise
1 € = circa 64 INR (Sept. 2011)
1 \$ = circa 46 INR (Sept. 2011)

Quelle: Auswärtiges Amt,
Stand September 2011