



## **Risiko- und Krisenmanagement im Asiengeschäft**



OAV-Vorsitzender  
Hans-Georg Frey,  
Jungheinrich AG

## Krisenimplikationen

---

Die Corona-Pandemie hat uns deutlich härter getroffen, als anfänglich befürchtet. Angesichts der hohen Planungsunsicherheit für Veranstaltungen, anhaltenden Reise-restriktionen und schwierigen Wirtschaftslage, hat das Präsidium schweren Herzens die Verschiebung des 100. Ostasiatischen Liebesmahls und des Jubiläumskonzerts auf 2021 beschlossen. Welche mittel- und langfristigen Konsequenzen die Krise letztlich bringt, wird man abwarten müssen. Klar ist jedoch, dass wir künftig dem Risiko- und Krisenmanagement größere Aufmerksamkeit widmen müssen. Aus diesem Grund haben wir den Schwerpunkt der vorliegenden IAP-Ausgabe gewählt. Resilienz wird zweifellos eine Leitmaxime der kommenden Jahre sein. Hierfür werden wir manches auf den Prüfstand stellen müssen, ohne dabei erfolgreiche Modelle über Bord zu werfen. Dies wird uns Umsicht und einiges Fingerspitzengefühl abverlangen. Um die Implikationen der Corona-Einbrüche geht es auch im Interview, das ich mit Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier geführt habe. Darüber hinaus haben wir aber auch den Blick auf verschiedene Entwicklungstrends in den deutsch-asiatischen Wirtschaftsbeziehungen gerichtet. Meine Kernbotschaft lautet: So wichtig die USA oder der europäische Binnenmarkt sind – an Asien werden wir auch in Zukunft auf gar keinen Fall vorbeikommen. Insgesamt erfreulich ist, dass in der Krise die Digitalisierung – nach vielen verbalen Bekenntnissen – einen regelrechten Entwicklungsschub erlebt hat. Das gilt auch für den OAV. Auch wir haben aus der Not eine Tugend gemacht und haben Veranstaltungen einstweilen komplett ins Netz verlegt. Dies ist auf außerordentlich positive Resonanz gestoßen, weshalb wir in Zukunft verstärkt digitale sowie kombinierte Formate konzipieren und anbieten werden. Aber es bleibt dabei, für einen international orientierten Wirtschaftsverband ist der unmittelbare physische Kontakt untereinander und speziell mit unseren asiatischen Partnern und Freunden essentiell. Wir hoffen, zumindest nach der Sommerpause noch einige Veranstaltungen aus unserem diesjährigen Jubiläumsprogramm umsetzen zu können. Ich würde mich sehr freuen, Sie in diesem Jahr noch persönlich treffen und begrüßen zu können!

Herzlichst  
Ihr Hans-Georg Frey



06



20



24

## INHALT: RISIKO- UND KRISENMANAGEMENT ASIATISCHER GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN

### 04 **PERSONALIEN**

Stabsübergabe bei zahlreichen  
Länderausschüssen

### 06 **FOKUSTHEMA**

Volatile Growth Market  
Amid Evolving Challenges

### 10 **INTERVIEW**

Der OAV-Vorsitzende im  
Gespräch mit Bundeswirtschafts-  
minister Peter Altmaier

### 15 **FOKUSTHEMA**

Dr. Meinrad Lugan über die  
Corona-Erfahrungen des  
MedTech- Unternehmens B.  
Braun

### 16 **PRAXIS**

Business meets Development  
Cooperation in Asia – digitally

### 18 **STATISTIK**

Wirtschaftsdaten Asien-Pazifik

### 19 **3 FRAGEN – 3 ANTWORTEN**

Philipp Bayat, Geschäftsführer  
BAUER GROUP – „Wir haben  
die chinesischen Hygiene- und  
Schutzmaßnahmen übernommen“

### 20 **PRAXIS**

Masken statt Jeans

### 22 **FOKUSTHEMA**

Krisenprimus Ostasien –  
Blick auf die Corona-Folgen

### 24 **PRAXIS**

Global Business Network –  
Förderung für Ihr  
unternehmerisches  
Engagement in neuen Märkten

### 27 **OAV IM BILD**

Der OAV im Homeoffice

### 28 **FREIHANDEL**

US-China trade war:  
still grinding on

### 30 **FRÜHER – HEUTE**

Behn Meyer –  
180 Jahre in Südostasien

### 32 **OAV AUF TUCHFÜHLUNG**

Vor Ort bei... Dreissigacker

### 33 **SERVICE**

Das OAV-Netzwerk wächst!

### 34 **FRAUENPOWER IN ASIEN**

Cornelia Kunze

### 35 **SERVICE**

Termine

# Stabsübergabe bei zahlreichen Länderausschüssen

*Im OAV sind derzeit 17 Mitglieder im Ehrenamt als Vorsitzende eines Länderausschusses (LA) tätig. Erstmals fanden dieses Jahr die Sitzungen in virtueller Form statt. Wir möchten Ihnen daher auf diesem Wege drei neue LA-Vorsitzende vorstellen – unter ihnen auch die allererste Frau in diesem Amt. Den ausscheidenden Länderausschussvorsitzenden Herrn Matthias Claussen (China), Herrn Hans-Georg Frey (Indien) und Dr. Mathias Kammüller (Japan) an dieser Stelle nochmals einen herzlichen Dank für ihr jahrelanges Engagement. Wir freuen uns auf die Fortsetzung der guten Zusammenarbeit mit deren Nachfolgern.*



**Michael Illies**

1961 in Tokyo geboren und aufgewachsen führt Michael Illies, Hauptgesellschafter und Vorsitzender der Geschäftsführung von C. ILLIES & CO., seit 25 Jahren die ILLIES Gruppe mit Sitz in Hamburg. Ursprünglich als Handelshaus in Japan gegründet, verbucht

der Vertriebs- und Projektspezialist für industrielle Maschinen und Anlagen sowie der dazugehörigen Dienst- und Serviceleistungen eine über 160-jährige Erfolgsgeschichte in Asien. Durch die starke Asienpräsenz ist das Familienunternehmen für den europäischen Maschinen- und Anlagenbau ein geschätzter Partner. Das Fundament seiner persönlichen und besonderen Verbundenheit zu Japan bildet die lange Familientradition in Japan, die eng mit der Unternehmensgeschichte verbunden ist. „Dem OAV ist ILLIES, seit dessen Gründung auf Initiative meines Ur-Ur-Großvaters Carl Illies, eng verbunden. Ich freue mich sehr, gemeinsam mit dem OAV die Handelsbeziehungen und die zugrundeliegende freundschaftliche Beziehung zur Asien-Pazifik-Region zu vertiefen.“



**Clas Neumann**

Seinen ersten Aufenthalt in Asien hatte Clas Neumann bereits 1992, damals noch als Student der Betriebswirtschaft an einer Universität in der Volksrepublik China. Seitdem hat ihn die Region nicht mehr losgelassen und all seine beruflichen Stationen bei SAP hatten

einen starken Asienbezug, ob nun als Produktverantwortlicher für die Asien-Versionen der Software oder als Managing Director bei SAP Labs Indien. Herr Neumann lebt seit über 20 Jahren in Asien, davon verbrachte er 12 Jahre in Indien, wo er auch viele Jahre dem Kammervorstand der Deutsch-Indischen Handelskammer angehörte und am Ende seines Bangalore-Aufenthalts auch deren Präsident war. Heute ist Indien mit großem Abstand der wichtigste Auslandsstandort der SAP Softwareentwicklung.

Er ist zuversichtlich, dass Indien nach der weltweiten Rezession im Jahr 2020 wieder an die Wachstumsstory der Vorjahre anknüpfen kann. „Ich freue mich auf die Aufgabe als Länderausschussvorsitzender für Indien. Ich glaube, dass der OAV maßgeblich dazu beitragen kann, dass das Potenzial Indiens nicht nur erkannt, sondern auch genutzt wird.“



**Dr. Sabine Stricker-Kellerer**

„Chancen und Risiken europäischer Unternehmen in China: wirtschaftspolitische, strategische und operative Herausforderungen in einem zunehmend (auch systemisch) wettbewerbsintensivem und geopolitisch schwierigem Umfeld; wo stehen wir als Unternehmen mit unseren Aktivitäten in und mit China, wo wollen wir hin, wie wollen wir gestalten?“ Unser Vorstandsmitglied Dr. Stricker-Kellerer, Kanzlei SSK Asia, Rechtsanwältin, hat den Vorsitz des Länderausschusses im April 2020 übernommen und sieht vor allem diese Fragen als Kernthemen an. Sie hat über 30 Jahre Erfahrung und ist eine führende Rechts-Expertin im China-Geschäft. Nach dem Jura-Studium (München, Genf und Harvard) gründete sie die erste Niederlassung eines europäischen Anwaltsbüros in China. Heute pendelt sie zwischen China und Deutschland für ihre Kanzlei SSK Asia.

## Neuer Kopf im OAV-Netzwerk

**Petra Sigmund** ist seit September 2019 Leiterin der Abteilung Asien und Pazifik im Auswärtigen Amt. Sie studierte Sinologie, Politologie und Volkswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin und an der Universität Renmin Daxue in Peking. Ihre diplomatische Karriere startete 1994 mit dem Eintritt ins Auswärtige Amt und durchzog mehrere Stationen in Europa, bis es sie von 2004 bis 2006 zur Deutschen Botschaft in Peking verschlug, wo sie als Leiterin der Handelsförderungsstelle im chinesischen Markt deutsche Unternehmen beriet. Ab 2015 ist sie sozusagen von „Europa“ wieder inhaltlich nach „China“ zurückgekehrt, um das Referat für China, Japan, Südkorea, Nordkorea, Mongolei zu leiten. Als im Auswärtigen Amt eine Asienabteilung neu eingerichtet wurde, war sie von 2017 bis 2019 Beauftragte für Ostasien, Südostasien und Pazifik, bevor sie 2019 Leiterin der Abteilung Asien und Pazifik wurde. Petra Sigmund ist verheiratet und hat zwei Kinder. Sie spricht Deutsch, Englisch, Französisch und Chinesisch.

# Rückblick: OAV wird digital – Webinar-Angebote

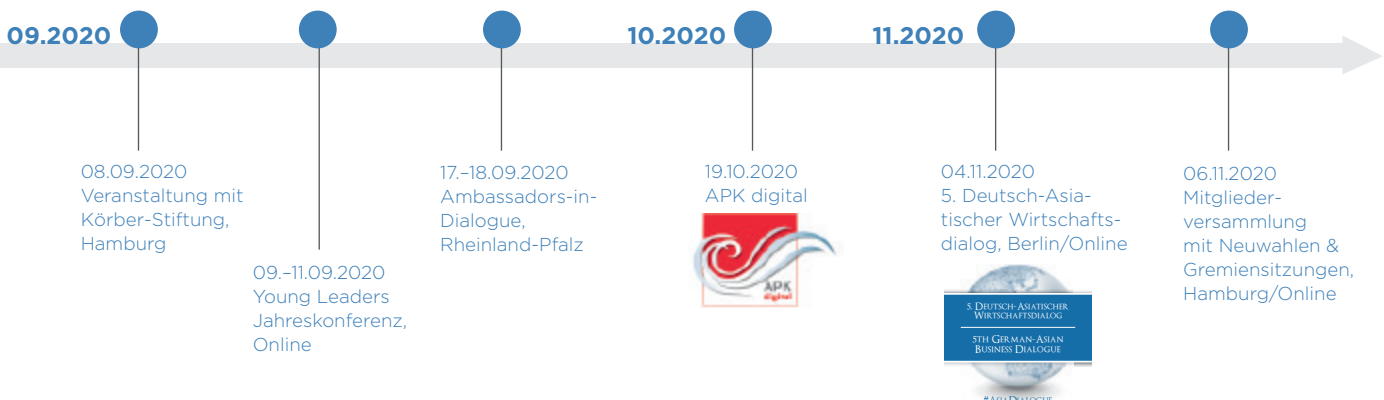
Ab März stellte der OAV rasch sein Veranstaltungsangebot auf digitale Formate um. Bis Mitte Juni allein schalteten sich zu den 20 Webinaren insgesamt über 2.000 Teilnehmer aus Deutschland und ganz Asien zu. Vor allem die digitalen Sitzungen der Länderausschüsse, die wir gemeinsam mit den Botschaftern und AHK-Delegierten in dieser Form erstmals anboten, stießen auf gute Resonanz. Wir konnten neben Firmenvertretern für diverse Informations-Webinare zudem Vertreter von Ministerien als Referenten gewinnen. Über 150 Teilnehmer schalteten sich z.B. am 22.04.2020 zum 1,5-stündigen Webinar „Corona-Krise – aktuelle Lage, Perspektiven, Angebote“ zu. Der OAV-Vorsitzende Hans-Georg Frey moderierte diesen praxisnahen Austausch mit hochrangigen Vertreter\*innen des Auswärtigen Amtes und des Bundeswirtschaftsministeriums. Aus dem Auswärtigen Amt berichteten Frau Petra Sigmund, Leiterin der Abteilung für Asien und Pazifik, und Herr Miguel Berger, Leiter der Abteilung für Wirtschaft und



nachhaltige Entwicklung, über Rückholaktionen, Herausforderungen und Hilfsangebote der diplomatischen Vertretungen. Dr. Andreas Nicolini, Beauftragter für Osteuropa und Asien-Pazifik im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, gab eine erste Einschätzung der wirtschaftspolitischen Folgen der Corona-Pandemie. Die Teilnehmer nutzen die Gelegenheit, ihre Themen und spezifischen Anliegen direkt an die zuständigen Ressortvertreter\*innen weiterzugeben. Seit April bietet der OAV auch VideoPodcasts zu aktuellen Themen an.

## Sonderveranstaltungen im Jubiläumsjahr 2020

Angesichts der hohen Planungsunsicherheit für Veranstaltungen, anhaltenden Reiserestriktionen und der schwierigen Wirtschaftslage hat das Präsidium schweren Herzens die Verschiebung des 100. Ostasiatischen Liebesmahls und des Jubiläumskonzerts auf 2021 beschlossen. Folgende Sonderveranstaltungen finden weiterhin statt:



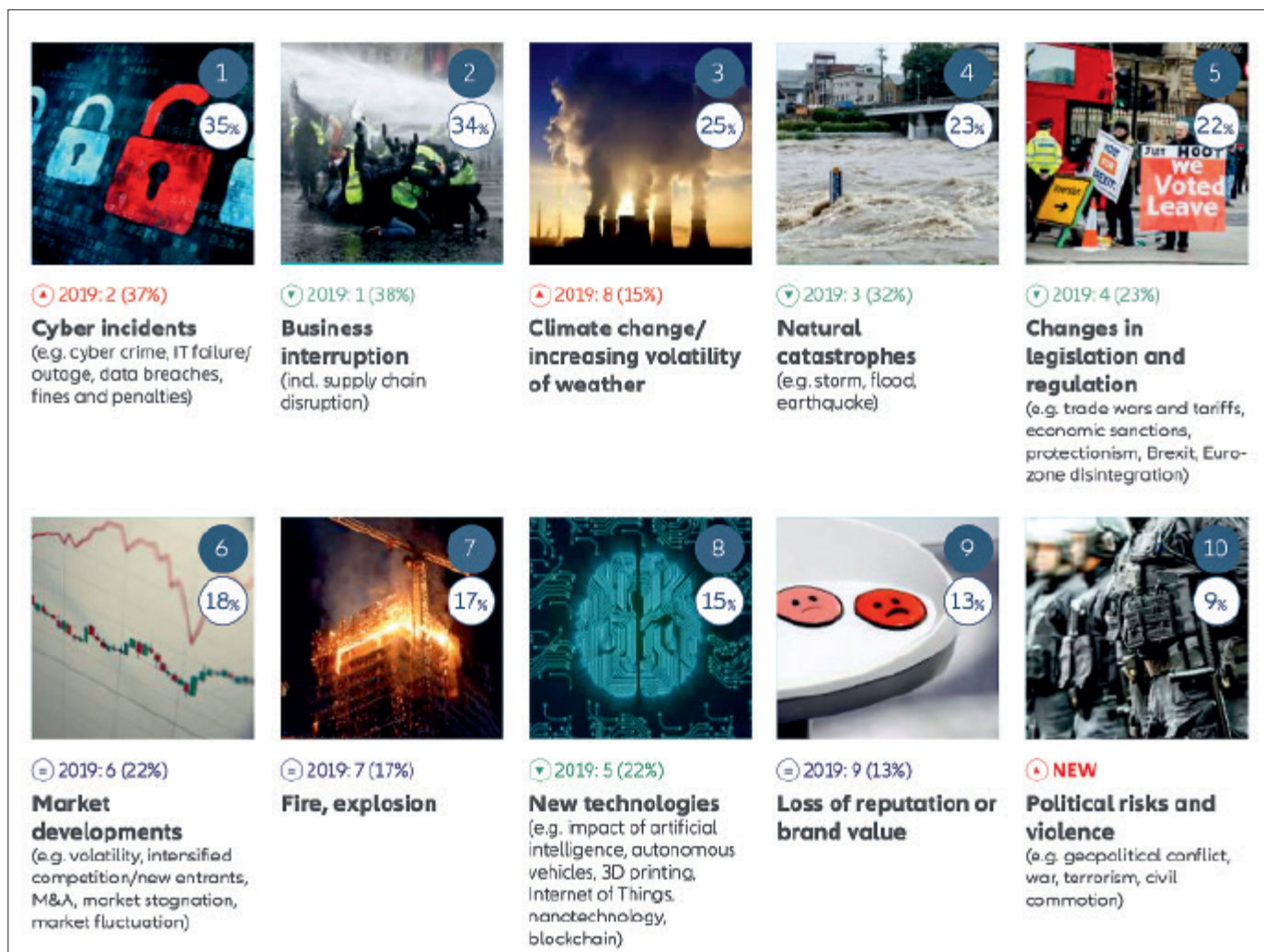


# Volatile Growth Market Amid Evolving Challenges

*Risks are part and parcel of everyday life in an interwoven world. Thus, risk identification always serves a vital role to safeguard the business as much as possible. As a responsible top international insurer, Allianz conducts an annual global risk identification research study to share insights on potential risks and help improve effectiveness of risk control.*

The 2020 Allianz Risk Barometer is the largest today, incorporating the views of a record of up to three thousand respondents from 102 countries and territories, among which 760 respondents come from 10 markets in Asia Pacific. Risk experts from large and small and medium-sized enterprises across 22 industry sectors were questioned during October and November 2019. The report identified the top risks world-

wide including cyber incidents, business interruption, changes in legislation and regulation, as well as other high-profile risks. The top 10 risks in Asia Pacific, that the Allianz Risk Barometer 2020 identified, includes cyber incidents, business interruption, climate change, and other high potential risks which are shown below with the corresponding percentage of responses.





▼ 2019: 1 (38%)  
**Business interruption**

**Increasing awareness of cyber risks**

Cyber incidents ranked top in Asia for the first time ever, relegating the perennial top risk Business interruption (BI) to second place. A significant result that reflects a global trend of increasing awareness of cyber threats in recent years, driven by companies' increasing reliance on data, IT systems and a number of high-profile incidents that include e.g. cyber crime, IT failure/outage, data breaches, fines and penalties.

Cyber risks were not even ranked in the top 10 risks for Asia Pacific before 2015, yet continues to evolve rapidly throughout the years. A significant increase in the number of ransomware incidents is helping to drive up the frequency of losses for companies. Overall, cyber attacks are becoming more sophisticated and targeted as criminals seek higher rewards with multimillion-dollar extortion demands. Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) estimates that the costs of a cyber incident are rising across the board, a product of growing complexity, more stringent regulation and the damaging consequences to a business from a loss of data or critical systems. In particular, the cost of large data breaches continues to increase, as data protection and privacy regulation widen in scope and geographical reach and class action litigation also starts to impact the cost of dealing with a breach. Meanwhile, when an incident leads

to significant business interruption, losses are typically high. The main causes of a cyber incident are identified as data security breach, espionage, hacker attack, ransomware, denial of service as well as errors by employees. It is estimated that anywhere between 50% and 90% of breaches are caused or abetted by employees, be it by simple error or by falling victim of phishing or social engineering. Well-trained and vigilant employees can become an extension of a company's cyber security team and help form a much firmer perimeter around the company's assets.

**Business interruption risks continues unabated**

After seven years at the top, Business interruption (BI) drops to the second position in the Allianz Risk Barometer in Asia. However, the trend for larger and more complex BI losses continues unabated. Causes are becoming ever more diverse, ranging from fire, explosion or natural catastrophes to digital supply chains or even political violence. According to AGCS, fire and explosion incidents are the most frequent cause of business interruption loss, accounting for almost a third (30%) of claims by number. BI costs following a fire can significantly add to the final loss total. Businesses are also increasingly exposed to the direct or indirect impact of riots, civil unrest or terrorism. Escalating civil unrest in Hong Kong, for instance, has resulted





2019: 8 (15%)

### Climate change/increasing volatility of weather

in property damage, BI and general loss of income for both local and multinational companies. The consequence is a business interruption without physical losses but high financial ones. This ongoing social unrest has resulted in a 40% year-on-year drop in tourism with serious ramifications for the industry. AGCS also pointed out that another consequence of these types of events is that employees might not be able to access their workplace because of security reasons, which can reduce productivity or bring production to a standstill in other industries.

At a time when many industries and supply chains are becoming more sensitive to BI, shareholders and customers are also becoming more risk averse and less forgiving of surprises. As a result, large companies are increasingly looking to protect their balance sheets with more tailored BI solutions.

#### Huge rise of climate change risks

Climate change is a huge riser regionally, jumping to third from eighth position last year, driven by risk management experts in countries and territories such as Hong Kong, India and Indonesia. It reflects the fact that its impact can trigger huge and unpredictable loss scenarios for busi-

ness alike and therefore should be at the core of all mitigation and resilience actions. The growing cost of climate change is already noticeable. Analysis show that the number of weather-related/flood loss events has increased by a factor of three to four since 1980. Severe floods in Jakarta in recent years have certainly hammered home the consequences of increasingly volatile weather for businesses. Four years after the United Nations' momentous Paris Agreement – the target of which is to keep the increase in global average temperatures to well below 2°C above pre-industrial levels, and to try to limit the rise to 1.5°C – it has become clear that the progress and policies on emission reductions have, so far, been insufficient.

Many industries are facing major transformation risks – and expenses – in order to ensure their future business models are more climate-friendly. Overall, Allianz has estimated that responding to the challenges posed by climate change could cost companies worldwide as much as \$2.5trn over the next 10 years with the cost of making the energy sector “greener” the highest. The automotive, chemical and agriculture industries are just a few of the other sectors that will be particularly impacted. AGCS sees mainly two scenarios on how climate change affects businesses. Firstly, busi-



nesses face a broader range of physical loss scenarios. For example, a temperature increase of more than 2°C would expose greater parts of our world to storms and flood losses. Secondly, legal and political policies to reduce emissions are challenging industries such as automotive, transportation and utilities – they all have to transform and ‘de-carbonize’ their business models.

### Declined yet unneglectable regional natural catastrophes

Devastating typhoons in Asia and record-breaking wildfires in Australia were among the disasters which dominated global headlines in 2019. Thus, natural catastrophe risks were also ranked top 4 in the 2020 Risk Barometer in Asia Pacific, while ranked even top 2 in China and Malaysia. However, economic losses from natural catastrophe events actually declined 20% year-on-year to around \$133bn, according to reinsurer Swiss Re. Insured losses also fell to \$50bn from \$84bn, driven by Hurricane Dorian in North America (\$4.5bn) and typhoons Faxai (\$7bn) and Hagibis (\$8bn) in Japan. In 2019, there was yet no single major natural catastrophe (nat cat) event comparable in economic loss size with those of the 2017 Atlantic hurricane season but rather the aggregated losses from multiple small to medium-sized events have led to widespread devastation and still caused considerable overall insured losses. In recent years, significant non-weather-related nat cat events, such as earthquakes or tsunamis, have been

rare and, consequently, the importance of these risks has declined in the Allianz Risk Barometer overall but it remains high in regions affected more frequently.

### Risks resulting from the era of change

Risk of legislation and regulation change is ranked top 5 in Asia and top 3 from a global perspective. One of the main causes was the change of trading policy. The world’s two largest economies have been locked in a bitter trade battle for over 21 months now with the US and China imposing tariffs on hundreds of billions of dollars’ worth of one another’s goods. Hopes that the US-China trade dispute would ease did not materialize in 2019. Protectionism became the new normal with around 1,300 new trade barriers implemented at unpredictable dates, thus making it difficult to plan accurately for the future. This is the reason why respondents in China have rated business interruption as a top risk in their replies. The US-China trade dispute has brought the US average tariff to 8% – close to levels last seen in the 1970s – from 3.5% at the end of 2017. At the same time, a higher share of global trade is also now being tariffed. In addition, Allianz Economic Research recently pointed out that trade policy is becoming another political tool for many different policy ends, such as economic diplomacy, geopolitical influence or environmental policy. Something also seen outside of the US in Japan and South Korea, India and the EU.

To sum up, industries in Asia have been through a period of tremendous growth in the past few years, showing solid fundamentals and potentials to evolve and embrace further development. In the meantime, though, the business environment has shifted: business interruption resulting from complex causes, deterioration of the natural environment, as well as increasingly demanding regulatory and policy conditions are combining to present enterprises with significant new challenges. Corporates need to take immediate action on risk management, and risk identification is always a prerequisite that comes into play. Tackling these challenges requires focus and effort, yet despite the region facing myriad risks, growth will continue to find a way in Asia.

### Abstract on COVID-19:

Even though more and more countries have resumed from lockdowns and also temporary border controls are being lifted across Europe, the coronavirus pandemic is far from over. Opinions are divided on when the threat will pass, when we can return to normalcy and what the new normal would be. But with COVID-19 impacting economies, businesses and the health of millions of people worldwide, countries will most likely have to deal with this unprecedented crisis for a long time. Weeks and months of disruptions in supply chains, the temporary closure of shops and the effects of partial lockdowns are creating a negative economic downturn. These unseen changes attest the systematic impact of a pandemic to the interconnected world. Although the Allianz Risk Barometer research was conducted before the COVID-19 outbreak, health issues was indicated in the results and ranked on 13th place in Asia Pacific, with 7% of the responses. In addition, health issues made it to the top 10 for the first time in China, Malaysia and Philippines, suggesting that it could be a rising risk going forward but a pandemic remains difficult to predict – also for an insurer. The coronavirus crisis will most likely change the evaluation of risks going forward.

### → About the author:



**Uwe Michel** is the Head of Business Division Asia at Allianz SE Munich. He joined Allianz in 1994 and has held various senior roles in Germany, Japan, Singapore and Indonesia, including as Head of Chairman’s Office in Munich, and Country Head of Allianz SE in Japan and CEO of Allianz Indonesia. Prior to joining Allianz, Uwe Michel worked at Linklaters in London and Munich.

This article was prepared with the support of Xiaotai Zhou, Simon Hennen and material from Allianz Global Corporate & Specialty.

# „Wir sollten an einem Ansatz arbeiten, der alle Teile Asiens abdeckt“

*Der Ausbruch des Coronavirus wird einige tiefgreifende Trends weiter beschleunigen: Unbestritten ist, dass Asien-Pazifik nun noch schneller zum Mittelpunkt der Weltwirtschaft avanciert, woraus auch ein neues Selbstbewusstsein erwachsen wird. Hinzu kommen verstärkt politisierte Handelsbeziehungen, der komplexe Umgang mit China sowie ein forciertes Wettrennen um die technologische Spitze. Gefragt sind also neue Antworten bzw. eine Schärfung bisheriger Strategieansätze. Dies sind einige der Themen unseres großen Interviews zwischen Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier und OAV-Vorsitzendem Hans-Georg Frey.*

**Herr Minister, Herr Frey, Experten sagen Corona-bedingt einen noch größeren wirtschaftlichen Einbruch als nach der globalen Finanzkrise voraus. Für wann erwarten Sie eine zumindest gewisse Normalisierung der globalen Produktion? Und was werden mittelfristig die gravierendsten Auswirkungen sein?**

**]] Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier:** Wir können heute nicht exakt voraussagen, wie sich der globale Infektionsverlauf weiterentwickelt. In Deutschland und in Europa gehen die Infektionszahlen deutlich zurück und wir kehren immer mehr zur Normalität zurück, auch in der Wirtschaft. In anderen Teilen der Erde ist die Entwicklung noch eine andere. Und wir müssen aufpassen, dass es keine zweite Welle gibt. Ich bin aber zuversichtlich, dass wir, auch wegen der ergriffenen umfangreichen medizinischen und wirtschaftlichen Maßnahmen, noch in diesem Jahr eine schrittweise Erholung der globalen Konjunktur sehen werden. Ziehen auch die Investitionen wieder an, könnte die Weltwirtschaft im nächsten Jahr wieder ordentlich wachsen.

**OAV-Vorsitzender Hans-Georg Frey:** Die Unsicherheit ist weiter hoch, da wir mit einigen Unbekannten operieren müssen. Die Corona-Krise ist definitiv massiver als die Finanzkrise, weil nicht nur ein Sektor, sondern alle Branchen und Regionen betroffen sind. Vergleiche mit der Großen Depression halte ich aber für überzogen. Denn heute wissen wir, wie mit solchen Krisen umzugehen ist. Zudem er-

greifen die Staaten nötige und geeignete Maßnahmen wie Liquiditätshilfen und Rettungspakete. Auch verzichten sie heute auf die ruinösen Abwertungsspiralen der 1930er-Jahre. Wir werden sicher in der zweiten Hälfte 2020 eine gewisse Erholung erleben. Die mittelfristige Normalisierung wird stark branchenabhängig sein. Ich denke, wir werden künftig eine ausbalanciertere Globalisierung sehen, bei der sich die Unternehmen mit zusätzlichen Standorten global noch breiter aufstellen, um besser vor Schocks gerüstet zu sein. **]]**

**In den letzten Jahren wurden maximal optimierte globale Lieferketten für eine Just-in-Time-Fertigung aufgebaut. Im Krisenfall erweist sich dieses System als anfällig. Wie kann ein Mittelweg zwischen Effizienz und Resilienz aussehen? Sollten Produktionen für strategische Güter wieder stärker in Deutschland oder Europa lokalisiert werden?**

»Ziehen auch die Investitionen wieder an, könnte die Weltwirtschaft im nächsten Jahr wieder ordentlich wachsen.«

*Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier*



Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier



OAV-Vorsitzender Hans-Georg Frey

**» Frey:** Die Vertiefung der weltweiten Handelsbeziehungen und der internationalen Arbeitsteilung war ein großes „Wohlstandsprogramm“, von dem alle offenen Volkswirtschaften profitiert haben. Globaler Handel wird auch weiterhin Wohlstand fördern, gerade Deutschland nutzt diesen in besonderer Weise. Wir haben es aktuell mit einer Extremsituation zu tun, die man nicht verallgemeinern sollte. Aber ich stimme zu, dass wir die Lieferketten robuster gestalten müssen, etwa indem wir wichtige Produkte an mehreren Orten fertigen und Abhängigkeiten von nur einer Region reduzieren. Bei lebenswichtigen Gütern wie Impfstoffen, Medikamenten und medizinischer Schutzausrüstung müssen wir schauen, dass wir bei der Versorgung in Deutschland und Europa weniger abhängig werden. Insgesamt gilt: 60 % der Weltbevölkerung und potenziellen Kunden leben in Asien – gegenüber einem Zehntel in Europa. Großflächige Rückholaktionen verbieten sich da von selbst.

**BM:** Globale Krisen wie die Corona-Pandemie offenbaren, wie fragil internationale Wertschöpfungsketten sein können. Doch gerade im Exportland Deutschland müssen wir darauf achten, dass die Forderungen nach Renationalisierung nicht zu weit getrieben werden und Protektionismus nicht weiter Vorschub geleistet wird. Die Wirtschaft braucht nach der Krise mehr und nicht weniger offene Märkte, die wir durch geeignete Rahmenbedingungen flankieren müssen. Dazu zählt insbesondere eine räumliche Diversifizierung von Handelsabkommen, um Unternehmen die Möglichkeit zu neuer Markterschließung zu geben. Hier sind die Unternehmen zunächst selbst gefordert, über eine Diversifizierung ihrer Wertschöpfungsketten und auch die Rückverlagerung von Produktionsstufen die Verfügbarkeit „kritischer“ Vorprodukte sicherzustellen. Sofern es sich um gesundheitspolitisch strategische Güter wie beispielsweise pharmazeutische Produkte und medizinische Schutzausrüstungen handelt, ist auch eine staatliche Flankierung zu prüfen, was wir auch tun. **ff**

**Eine oft genutzte Formel lautet: „Asien ist mehr als China“. Was bisher erst in Ansätzen existiert, ist ein strategisches Konzept zur Nutzung der Potenziale in Gesamtasien. Welche Schwerpunkte in Bezug auf Länder, Regionen und Branchen bieten sich hierfür an?**

**» BM:** Rund die Hälfte des deutschen Handels mit Asien findet auch jetzt schon mit anderen Ländern als China statt. Die Bundesregierung unterstützt die deutsche Wirtschaft schon seit längerem, die Wirtschaftsbeziehungen in der besonders dynamischen Wachstumsregion Asien-Pazifik zu diversifizieren. Ich bin in meiner Amtszeit als Wirtschaftsminister schon nach Indonesien, Japan und Vietnam gereist und habe dort viele gute Gespräche mit Regierungen und Unternehmen geführt. Unser Ziel ist es, die Zusammenarbeit mit der Region zukunfts- und wertorientiert weiterzuentwickeln. Deshalb wollen wir die Zusammenarbeit durch die Stärkung des multilateralen Handelssystems, in den Zukunftstechnologien sowie bei einer wertegeleiteten Konnektivitätspolitik und bei partnerschaftlichen Drittmarkt-Kooperationen vertiefen.

**Frey:** Klar ist, dass es auch künftig ohne China nicht gehen wird. Gleichwohl sollten wir an einem Ansatz arbeiten, der alle Teile Asiens abdeckt, dabei aber Schwerpunkte setzt – sowohl unter dem Aspekt neuer Geschäftschancen als auch zur Risikominimierung. Das wird mit einem großen Strategiewurf nicht machbar sein. Da wird man sich flexibel vorantasten müssen. Im Zentrum dürfte Südostasien stehen, das sich aufgrund seiner Heterogenität gut zur Diversifizierung eignet. Hier erscheinen mir Vietnam, Indonesien und Malaysia sehr interessant. Spannende Branchen könnten Elektronik, IT, Textilien oder die Kfz-Industrie sein.



»Es ist es am sinnvollsten, im Sinne des chinesischen Eigeninteresses zu argumentieren: Auch China ist als führende Wirtschaftsmacht auf offene Märkte und eine konstruktive Konfliktregelung angewiesen.«

*OAV-Vorsitzender Hans-Georg Frey*

Nicht vernachlässigen dürfen wir Indien. Es besteht begründete Hoffnung, dass die durch Corona entstandenen Verheerungen ein weiterer Anlass sind, forciert an den bekannten Baustellen (Land, Arbeitsrecht, Steuern) zu arbeiten. Ähnliches gilt für Bangladesch und Sri Lanka. Auf jeden Fall sollten wir auch traditionelle Partner wie Australien, Japan oder Südkorea noch enger binden, z.B. mit attraktiven Innovations-, Bildungs- und Klimakooperationen. **““**

**China wird bald zur größten Volkswirtschaft aufsteigen. Wie kann es gelingen, das Land zur Übernahme einer größeren Verantwortung für eine funktionsfähige Weltwirtschaft – mit einem möglichst freien Handel oder dem Abbau von Diskriminierungen für Auslandsunternehmen – zu bewegen?**

**““** Frey: China hat stark von der westlichen Weltordnung profitiert. Aufgrund seines Entwicklungsstandes muss es nun größere Beiträge für einen intakten Ordnungsrahmen leisten. Es ist am sinnvollsten, im Sinne des chinesischen Eigeninteresses zu argumentieren: Auch China ist als führende Wirtschaftsmacht auf offene Märkte und eine konstruktive Konfliktregelung angewiesen. Unsere Botschaften sollten deutlich und selbstbewusst sein, wofür abgestimmte europäische Positionen und eine robuste Außenwirtschaftsdiplomatie nötig sind. Dies gilt auch für die Beschränkungen auf dem chinesischen Markt – diese sind aus der Zeit gefallen, da Chinas Unternehmen selbst großflächig im Ausland aktiv und teils zu Global Playern aufgestiegen sind. Die im Zuge der Gespräche über ein Investitionsabkommen geforderte völlige Gleichstellung von EU-Unternehmen mit chinesischen Staats- und Privatfirmen wird es absehbar wohl nicht geben. Da sollten wir re-

alistisch bleiben, dieses Ziel aber dennoch nicht aus den Augen verlieren.

**BM:** Politik und Wirtschaft müssen gegenüber China selbstbewusst auf eine Marktöffnung und die Schaffung gleicher Wettbewerbsbedingungen dringen, wobei auch die Wirtschaft durch kluge Geschäftsentscheidungen ihrer Verantwortung gerecht werden sollte. Die langfristige Attraktivität des chinesischen Marktes hängt wesentlich von der Existenz eines fairen und diskriminierungsfreien Geschäftsumfelds und weiteren Liberalisierungsschritten ab. Es wäre daher nur zu begrüßen, wenn China sich zeitnah konstruktiv in die Reform der WTO einbringen und einem ambitionierten EU-China Investitionsabkommen zustimmen würde. **““**



**Der Welthandel war schon vor dem Corona-Ausbruch durch einen verschärften Trend zum Protektionismus geprägt, der nun sicherlich weiter zunehmen wird. Wie sollten Deutschland und die EU mit Blick auf den Asien-Pazifik-Raum auf diese Entwicklung reagieren?**

**““** BM: Der Anteil des Asien-Pazifik-Raums an der weltweiten Wirtschaftsleistung wird auch im 21. Jahrhundert weiter zunehmen. In dieser dynamischen Wachstumsregion sind schon heute viele unserer wichtigsten Handelspartner beheimatet. Wir haben ein hohes Interesse, diese Handelsbeziehungen weiter zu intensivieren. Deshalb sind auch ambitionierte bilaterale und regionale Abkommen, insbesondere mit Partnern in der Zukunftsregion Asien-Pazifik, für uns von zentraler Bedeutung. Dabei geht es uns vor allem um den partnerschaftlichen europäischen An-

»Mit der vereinbarten EU-Japan Konnektivitätspartnerschaft werden eine nachhaltige transregionale Infrastrukturvernetzung und neue erfolgreiche Drittmarktkooperationen zwischen deutschen und europäischen und japanischen Unternehmen angestrebt.«

*Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier*

satz, der auch auf Nachhaltigkeit und Werteorientierung setzt. Hier haben die EU und Deutschland zusätzliche Angebote, die unser Modell für eine solide wirtschaftliche, soziale und ökologische Entwicklung besonders attraktiv machen. Ich freue mich deshalb, dass wir hier in jüngster Zeit bereits wichtige EU-Freihandelsabkommen in der Region zu einem erfolgreichen Abschluss gebracht haben. Jetzt geht es für uns darum, weitere Abkommen mit Partnern aus der Region zu schließen.

**Frey:** Der Protektionismus nimmt seit zehn Jahren zu, geht also über den US-China-Handelsstreit hinaus. Ersichtlich haben die Staaten ein erhöhtes Schutzbedürfnis, das nach Corona weiter zunehmen wird. Trotzdem müssen wir sie davon überzeugen, dass wer sich abschottet, sich langfristig ins wirtschaftliche Abseits stellt. Dabei wird man stärker Rücksicht auf die jeweiligen Interessen nehmen müssen. Gerade die asiatischen Staaten, mit denen wir uns noch enger vernetzen müssen, werden künftig selbstbewusster verhandeln. Je enger die Ökonomien verflochten sind, desto eher lässt sich der Protektionismus im Zaum halten. Ich glaube, der EU-Ansatz, mit den Abkommen auch politische Ziele zu verfolgen, wird sich angesichts der tiefen geopolitischen Umbrüche nicht durchhalten lassen. Hier ist größerer Pragmatismus gefragt. Wichtig ist mir auch der Blick über einzelne Absprachen hinaus: Bilaterale und regionale Abkommen sind nützliche Behelfe – echten Freihandel gibt es aber nur im WTO-Rahmen. Wir brauchen dringend eine Reform der WTO mit einem stärkeren Setzen auf offene Teilabkommen.  

**Japan sollte 2020 besonders im deutschen Fokus stehen. Unterstützt durch die Definition als Wertepartner und ersten Handelszuwächsen infolge des EU-Japan FTAs sollte im Oktober in**


**Tokio die Asien-Pazifik-Konferenz (APK) stattfinden. Welche Perspektiven haben die deutsch-japanischen Beziehungen, auf welchen Feldern lassen sich substanzielle Fortschritte erzielen?**

**» Frey:** Es ist sehr bedauerlich, dass die APK in Tokio in diesem Jahr nicht stattfinden kann. Denn Japan besitzt viele Vorzüge, die mit dem Aufstieg Chinas etwas in den Hintergrund gerückt sind: Japan ist die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt – schon allein deshalb bietet es sich für eine vertiefte Kooperation an. Meine Erfahrung ist, dass Japaner gute und verlässliche Geschäftspartner sind. Japan ist zudem wie die Bundesrepublik hochgradig an offenen Seewegen und einer kalkulierbaren Handelspolitik interessiert. Es besitzt eine innovationsgetriebene Ökonomie mit Spitzenleistungen bei Forschung und Entwicklung, sodass hier eine gegenseitige Bereicherung bei Zukunftstechnologien wie dem Internet der Dinge, additiver Fertigung oder den Life Sciences möglich ist. Lohnende Anknüpfungspunkte gibt es auch im sozioökonomischen Bereich wie bei der Überalterung der Gesellschaft, die nach kreativen Antworten zur Begegnung der wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Folgen verlangt.


**BM:** Das Freihandelsabkommen ist schon im ersten Jahr ein Erfolg, die EU-Exporte nach Japan konnten um 6,6 % gesteigert werden. Mit der vereinbarten EU-Japan Konnektivitätspartnerschaft werden eine nachhaltige transregionale Infrastrukturvernetzung und neue erfolgreiche Drittmarktkooperationen zwischen deutschen und europäischen und japanischen Unternehmen angestrebt. Unser Wissensaustausch und bilaterale Kooperationsgespräche in erfolgreich etablierten Dialogformaten zu Zukunftsfeldern wie Künstliche Intelligenz, Digitalisierung, autonomes Fah-

»Schaffen wir es nicht, bei den Leit-sektoren des 21. Jahrhunderts – Machine Learning, Robotik, Advanced Materials, erweiterte Realität – mit vorn dabei zu sein, wird es kaum möglich sein, wirtschaftlich Anschluss zu halten.«


*OAV-Vorsitzender Hans-Georg Frey*

ren oder der Raumfahrt bieten uns die Chance, weltweit Vorreiter für nachhaltige Wachstums- und Innovationspfade zu werden und gegenseitig von unseren Stärken zu profitieren. Beide Länder verbindet außerdem eine an Nachhaltigkeit orientierte Energiepartnerschaft. Japan ist Deutschlands zweitwichtigster Handelspartner in Asien und die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt. Wir werden die nächste APK Anfang 2022 in Tokio durchführen. 

**Bei der Corona-Bekämpfung hat sich in diversen Ländern und Regionen Asiens – Südkorea, Taiwan, Singapur – wieder deren Affinität zum Einsatz modernster Technologien gezeigt. Wie lässt sich sicherstellen, dass wir als Volkswirtschaft und Unternehmen nicht den Anschluss verlieren? Auf welche Sparten kommt es an und ist das Konzept der „industriellen Souveränität“ ein praktikabler Orientierungspfeiler?**

 **BM:** Wir sollten den durch die Pandemie entstandenen Digitalisierungsschub als Chance begreifen und nutzen. Das betrifft auch den schnelleren Ausbau der digitalen Infrastruktur: Glasfasernetze und 5G sind für eine digitale Gesellschaft unabdingbar. Das gilt auch für die Dateninfrastruktur. Wir haben daher im letzten Herbst das Cloud-Projekt GAIA-X ins Leben gerufen, um eine vertrauenswürdige und souve-

räne europäische Dateninfrastruktur aufzubauen. Wir wollen dieses Projekt nun gemeinsam mit weiteren Partnern in Europa verwirklichen. Da GAIA-X offen konzipiert ist, steht es allen – auch nicht-europäischen Unternehmen und Organisationen – offen, die unsere Ziele der Datensouveränität und Datenverfügbarkeit teilen und die Vorgaben von GAIA-X erfüllen. In Japan und Südkorea hat mein Ministerium dieses Projekt bereits vorgestellt.

**Frey:** Es ist eindrucksvoll, wie viele asiatische Staaten der Pandemie mit digitaler Technologie begegnen. Hiervon können wir viel lernen. Ich kann nur appellieren, die Krise zu nutzen, um die Chancen der vierten industriellen Revolution, also die Verschmelzung von physischer, digitaler und biologischer Welt, konsequent zu ergreifen. Schaffen wir es nicht, bei den Leitsektoren des 21. Jahrhunderts – Machine Learning, Robotik, Advanced Materials, erweiterte Realität – mit vorn dabei zu sein, wird es kaum möglich sein, wirtschaftlich Anschluss zu halten. Wir sollten primär auf die Innovationskraft der Unternehmen setzen und gezielt deren Rahmenbedingungen verbessern. In einzelnen Hochtechnologie-Feldern wie der Künstlichen Intelligenz bietet sich sicher auch ein konzertierter europäischer Ansatz an. Generell sollten wir aber auf Offenheit auch für ausländische Investoren setzen – unser Ziel sollte eine noch engere weltwirtschaftliche Vernetzung sein. „Souverän“ müssen wir nur in wenigen sicherheitsrelevanten Sparten sein. Für den breiten Industriesektor halte ich eine staatliche Protektion für unnötig. 



# „Wir haben uns in Produktion und Logistik auf Kernprodukte konzentriert“

*Gerade für die Hersteller von medizinischen Materialien und Medizintechnik waren die letzten Monate sehr herausfordernd und ereignisreich. Welche Artikel wurden verstärkt nachgefragt? Wie konnte die höhere Nachfrage aufgefangen werden? Was lässt sich aus den jüngsten Ereignissen lernen? Wir haben Herrn Dr. Lugan, Vorstand beim MedTech-Konzern B. Braun, nach seinen Corona-Erfahrungen gefragt.*

**Herr Dr. Lugan, wie stellt/e sich die Corona-Krise für Ihr Unternehmen dar, speziell in Bezug auf die Aufrechterhaltung von Beschaffungs- und Lieferketten und die Abwicklung von Aufträgen?**

Die Corona-Krise hat die Wirtschaft und auch B. Braun vor erhebliche Herausforderungen gestellt. Gerade zu Beginn der Krise stieg die Nachfrage nach persönlicher Schutzausrüstung, vor allem nach Handschuhen und Mundschutz, explosionsartig an. Diese Produkte beziehen wir aus Asien. Dank guter und langfristiger Beziehungen zu unseren Lieferanten konnten die Lieferungen nach kurzer Zeit wieder aufgenommen und die Kapazitäten erhöht werden. Dennoch gab und gibt es kurzfristige Lieferengpässe oder es sind nicht alle Produktvarianten lieferbar. Dies war auch bei Desinfektionsmitteln der Fall, die wir in der Schweiz herstellen. Die Krankenhäuser haben sich auch auf einen erhöhten Bedarf an intensivmedizinischen Behandlungen vorbereitet und deshalb verstärkt die notwendigen Produkte nachgefragt, insbesondere bestimmte Arzneimittel, Medicalprodukte und Infusionstechnik. In einigen Ländern kam es zu staatlich verordneten Betriebsschließungen oder Reduzierungen, was die Liefersituation weiter verschärft hat. Im Mittelpunkt steht seit Beginn der Corona-Krise das Ziel, die Versorgung bestehender Kunden in den Einrichtungen des Gesundheitswesens weitestmöglich sicherzustellen.

**Welche konkreten Maßnahmen hat B. Braun bei Betriebsprozessen und beim Mitarbeiterinsatz zur Bewältigung der Krisensituation ergriffen?**

Es kam darauf an, die Marktversorgung für die genannten Produkte sicherzustellen. Daher haben wir uns in Produktion und Logistik auf Kernprodukte konzentriert und dort verschiedene Maßnahmen getroffen. Dazu gehörte, in den Fertigungen die Schichtarbeit so weit wie möglich auszuweiten und zu optimieren und die Beschäftigten in diesen Kernprozessen einzusetzen. Eine Welle an Solidarität machte es möglich, Mitarbeiter\*innen aus Verwaltung und Vertrieb in der Produktion und Logistik einzusetzen, um so die zusätzlichen Mengen bewältigen zu können. Aufgrund der guten Zusammenarbeit mit verschiedenen Behörden ist es auch gelungen, unbürokratisch Lieferungen über Ländergrenzen zu organisieren, zum Beispiel von China nach Deutschland oder von Deutschland nach Italien.

**Werden Sie strukturelle Veränderungen vornehmen, damit das Unternehmen künftig noch besser vor Negativereignissen gewappnet ist?**

95 Prozent seiner Produkte fertigt B. Braun in rund 120 eigenen Fabriken,

„Es gilt, die Abhängigkeiten von Lieferanten zu verringern und die Lieferketten abzusichern.“

Dr. Meinrad Lugan

die weltweit verteilt sind. Dadurch haben wir Versorgungsrisiken bereits vor der Corona-Krise reduziert. Dennoch gilt es, die Abhängigkeiten von Lieferanten zu verringern und die Lieferketten zu überprüfen und abzusichern. Dazu sind wir zum einen im intensiven Austausch mit unseren Partnern in Asien. Dabei kommt uns zugute, dass wir in allen wichtigen asiatischen Märkten mit Niederlassungen und Produktionen vertreten sind und ein bekannter und vertrauenswürdiger Partner sind. Zudem investieren wir in den Ausbau von Produktionskapazitäten von Arzneimitteln und vor allen von Desinfektionsmitteln. So haben wir an unserem Standort Sempach in der Schweiz im April mit dem Ausbau der Desinfektionsmittelproduktion begonnen. Von dort aus versorgen wir über 60 Länder. Bis 2022 wollen wir die Kapazitäten verdoppeln.

→ Zum Autor:



**Dr. Meinrad Lugan** ist für die Sparten Hospital Care und Out Patient Market verantwortliches Vorstandsmitglied der B. Braun SE

# Business meets Development Cooperation in Asia – digitally

---

*Development cooperation has for years been working closely with companies from varied sectors, combining the power of innovation with their experience, resources and knowledge in emerging economies. In order to make this faster and on point, the new digital matchmaking platform leverist.de is facilitating such partnerships globally. From mobility solutions in China to biodegradable material scouting in Myanmar, development projects publish demands on leverist.de and companies connect directly with local experts to start collaborations and or to announce services needed.*

## **leverist.de – helping companies find new ways into new markets**

Motivated by the conviction that only if companies and development cooperation work closely on the most pressing challenges in the world, sustainable development and economic growth will happen, the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH launched the matchmaking platform leverist.de exactly a year ago. Currently, the fast-growing platform provides more than 130 business opportunities from 27 countries. Every 4th new company registering on the platform is successfully matched with experts getting access to the local networks and ecosystems in the countries.

“Cooperation with the private sector is becoming increasingly important for development cooperation. This makes it more important to quickly find the right partners for our challenges worldwide. Via our digital platform this search and find is now done with just a few clicks and reaches out directly to our experts worldwide.”

Andrea Donath, Project Lead

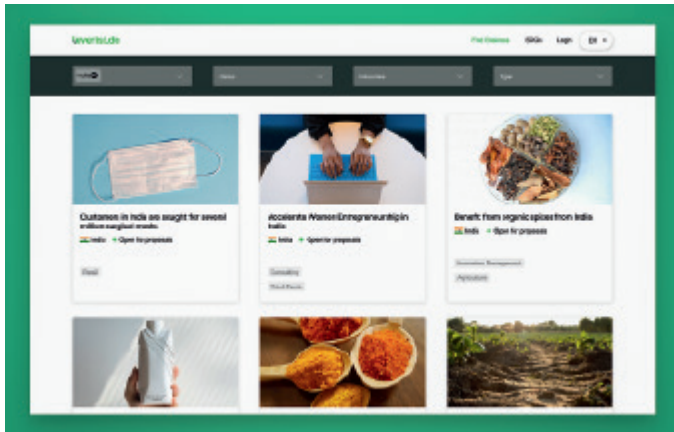
Today, companies across industries: from textile to agriculture, biotechnology to waste management, energy to digital tools, start-ups as well as big corporations match daily with opportunities in emerging and developing countries across the world. Based on their sector preferences an algorithm on the platform recommends potential matches to companies as soon as they register. Leverist.de is enabling development cooperation to find innovations and long-term partners and companies are able to access new markets for their solutions. A win-win situation!

## **The Covid-19 crisis needed systemic support for businesses**

During February-March 2020, when the economic consequences of the Covid-19 pandemic started to unveil themselves, companies creatively pivoted their businesses. However, new partnerships were needed to create new supply chains worldwide. The leverist.de team decided to respond quickly to fill up some of these supply and demand gaps and help companies reach out globally.

In a joint action with development experts in chambers and associations in Germany and in partner countries, the team launched the #BusinessVsCovid19 initiative. The initiative extended the functionalities of leverist.de to provide companies in Europe and emerging economies with pragmatic solutions for their crisis-related needs. EZ-scouts who serve as intermediaries between the private sector and German state development cooperation institutions supported this new initiative by helping companies document their demands and getting them online on the platform within weeks.

Companies can now make international partnerships with other businesses to meet their Covid-19 related demand and supply challenges and to support sustainable development.



“The #BusinessVsCovid19 initiative of leverist.de was a fast and efficient tool for our search which we can recommend to companies that are experiencing new needs due to the current situation.”

Klaus Buschbeck, CEO of Functex

# leverist.de

“As a direct response to the corona crisis, we launched a page dedicated to Covid-19 on leverist.de. On the Covid-19 page, our development experts based in German chambers and associations and in our partner countries now support you in identifying concrete needs and solutions for example to restore interrupted supply chains.”

Norbert Barthle,

Parliamentary State Secretary to the Federal Minister for Economic Cooperation and Development

Soon after the launch of the initiative, Klaus Buschbeck, CEO of Functex, became one of the early users. He uploaded a call for suppliers for manufacturing PPE kits. Since the business opportunity was uploaded on leverist.de, Functex has to date received nine applications from EU certified suppliers from Germany, China and Namibia. Functex is in talks with some of the suppliers to take forward a partnership.

The platform has quickly become a medium for international growth for several companies. Some companies have already found matches and some continue to look for partners. A Dutch start-up found partners in the Dominican Republic for its online trading platform. A fair-trade sustainable textile producer in India, 3freunde GmbH, which switched its production to certified surgical masks is currently looking for Indian buyers for these masks via leverist.de to be able to contribute to immediate needs in the country. The platform has started to match crisis related business opportunities and is contributing to sustainable development.

Finding business partners and expanding in new geographies can be a time consuming and cost heavy venture. Leverist.de is reducing the overheads to perform initial market scoping and partner identification through the digital matching.

I invite you to explore how leverist.de can support your company to tackle corona-specific challenges:

- On leverist.de/Covid-19 you can find current Covid-19 related business opportunities. If interested, you can get in touch with the opportunity managers right away on the website.
- As a company, if you are facing supply chain disruptions or other challenges where you need new partners, contact the EZ-Scout in your association to get advice on how to upload your business opportunities and to work with development cooperation. Members of the OAV – German Asia-Pacific Business Association can contact Kimora Klug (klug@oav.de)

**Join leverist.de – Do Business. Do Good.**

→ **About the authors:**



**Cora Bay** is the project manager of leverist.de. She is currently working at the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH in the component “Cooperation with the private sector”.



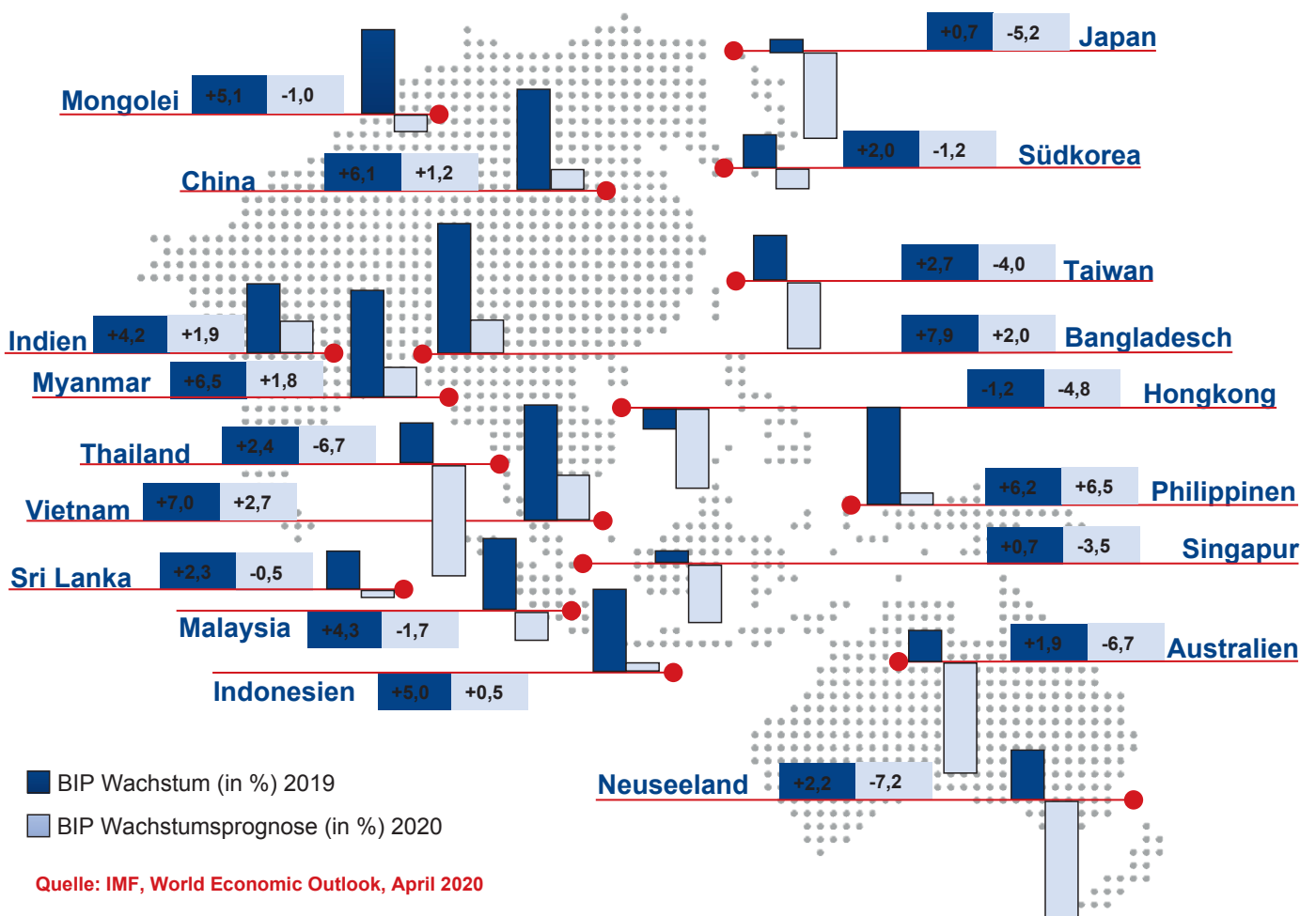
**Andrea Donath** is the project lead of leverist.de. She is currently Project Lead Product Development “Sector Program Cooperation with the Private Sector” at the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.



# Wirtschaftsdaten Asien-Pazifik

Laut Internationalem Währungsfonds (IWF) wird die Corona-Krise vermutlich die schlimmste Rezession seit der Großen Depression in den 1930er-Jahren mit sich bringen. Die entwickelten Volkswirtschaften in Asien-Pazifik werden um durchschnittlich 4,5 % schrumpfen, gefolgt von einem Aufschwung von 3,8 % im kommenden Jahr. Gleichzeitig bleiben die Emerging Markets in Asien-Pazifik mit einer prognostizierten Zunahme von einem Prozent weltweit die einzige Region mit Positivwachstum (2021: 8,5 %).

Asien 2019–2020 Prognose BIP Wachstum



# 3 Fragen Antworten



**Philipp Bayat**  
ist Geschäftsführer der  
BAUER GROUP

## „Wir haben die chinesischen Hygiene- und Schutzmaßnahmen übernommen“

**Herr Bayat, die BAUER GROUP ist ein global führender Hersteller von Mittel- und Hochdruckkompressoren sowie Weltmarktführer für Atemluftkompressoren. Wie wichtig ist Asien-Pazifik für Ihre Aktivitäten und wie versuchen Sie, dort Fuß zu fassen?**

**Philipp Bayat:** Die Region, die für etwa ein Drittel des Welt-BIPs und ca. 60 % des globalen Wachstums steht, ist für uns wie für alle international orientierten Unternehmen von zentraler Bedeutung. Unsere Strategie lautet, nicht nur eine hohe lokale Wertschöpfung zu generieren, sondern auch Forschung und Entwicklung (F&E) regional zu forcieren. Ziel ist es, unsere marktführende Position zu verteidigen und nachhaltig auszubauen. Dafür müssen wir mit unseren Lösungen bestmöglich auf länderspezifische Bedürfnisse eingehen. Zudem setzt die Teilnahme an öffentlichen Tendern meist eine starke Wertschöpfung vor Ort und einen gewissen lokalen F&E-Anteil voraus. Dies ist eine Stärke der deutschen Industrie und v.a. auch von weltweit aktiven Familienunternehmen. Wir sind tief in den Märkten verankert und werden daher sehr oft mit lokalen Firmen ähnlich gestellt. Asien umfasst nicht nur viele der am stärksten wachsenden Märkte, sondern dürfte auch die erste Weltregion sein, die nach der Corona-Krise wieder in Schwung kommt. **“**

**Unser aktuelles Schwerpunktthema lautet Risiko- und Krisenmanagement. Welche diesbezüglichen Maßnahmen haben Sie zur Abfederung der Corona-Krise ergriffen?**

**Philipp Bayat:** Als die Krise in China ausbrach, standen wir im ständigen Kontakt mit unserer lokalen Gesellschaft und konnten so verschiedene Szenarien entwerfen. Wir haben zügig einen Krisenstab einberufen und zum Schutz unserer Mitarbeiter die chinesischen Hygiene- und Schutzmaßnahmen übernommen. Außerdem haben wir früh die Hälfte der Belegschaft ins Homeoffice geschickt, um die Abstandsregeln einzuhalten. Unsere Absatzmärkte wurden ungleich hart getroffen. Problematisch waren v.a.

die Ausgangssperren, welche wir in einigen Ländern mit Ausnahmeregelungen als Teil der kritischen Infrastruktur abmildern konnten. Sondergenehmigungen nutzen jedoch nur in funktionierenden Märkten. Wenn z.B. der Automobilsektor in vielen Ländern die Fabriken schließt, fällt dieses Kundensegment komplett aus. Als Gegenreaktion haben wir unsere Ressourcen verstärkt auf krisenfeste Segmente wie Gesundheitswesen, Forschungseinrichtungen oder Erneuerbare Energien umgeschichtet. Die zweite große Problematik war die Sicherung der Logistikketten. Hier haben wir das Glück, über eine hohe Fertigungstiefe basierend auf modernster Produktionstechnik zu verfügen. Da wir uns in den internationalen Einheiten sehr stark lokaler und regionaler Zulieferer bedienen, waren uns infolge der hohen Diversifizierung nur wenige Lieferanten weggebrochen. Eine effektive Maßnahme war, gleich zu Krisenbeginn die Lagerbestände hochzufahren. Dadurch hatten wir ein Zeitpolster, um die Phase der Lieferantenausfälle zu überbrücken bzw. in Einzelfällen neue Lieferanten aufzubauen. **“**

**Derzeit heißt es oft, die Krise sei eine gute Chance, die Digitalisierung weiter voranzutreiben. Wie digital ist die BAUER GROUP bereits und welche Schritte planen Sie für die Zukunft?**

**Philipp Bayat:** Wir haben bereits vor 10 Jahren begonnen, Firmenanwendungen wie Enterprise-Resource-Planning (ERP) und die dazugehörigen Services in der gesamten Gruppe in die Cloud zu verlagern und unsere Geschäftsprozesse weltweit zu digitalisieren, integrieren und standardisieren. Dies war während des Lockdowns hilfreich, unser Geschäft in nahezu gleicher Qualität aus der Distanz fortzuführen. Als produzierendes Unternehmen legen wir natürlich auch einen großen Schwerpunkt auf die digitale Transformation in der Fertigung, indem wir Maschinen und industrielle Prozesse intelligent vernetzen. Nun werden wir als lessons learned aus der Krise auch unsere Arbeitswelt zeitnah vollständig digitalisieren. Wir hatten Kollaborationstools bereits in Teilsparten im Einsatz, welche wir zurzeit für eine smarte Kommunikation und effizientes Teamwork in der Gesamtorganisation einführen.

# Masken statt Jeans

*Die Covid-19-Krise hatte weltweit durch Ausgangsbeschränkungen und Abstandsregelungen gravierende Auswirkungen auf den Einzelhandel. Wochenlange Ladenschließungen führten zu sich auftürmenden Warenbeständen, besonders bei Bekleidungshändlern. Als Folge dessen reagierten Retailer, Brands und auch Online-Anbieter mit Auftragsstornierungen, Forderungen nach Preisnachlässen und Vordatierungen von Lieferterminen. Ebenso wie der Bekleidungseinzelhandel gerieten sämtliche Vorstufen wie Fertigungsbetriebe, Rohstoffhersteller und Logistiker in allen Regionen der Welt in eine existenzielle Krise.*

Die OSPIG-Gruppe mit Sitz in Bremen und Hong Kong ist ein traditionsreiches Familienunternehmen mit 75-jähriger erfolgreicher Historie im Jeans- und Sportswear-Bereich. Besondere Stärke ist die Herstellung von Hosen und Jacken in eigenen Produktionsbetrieben und Wäschereien mit 5.000 Beschäftigten. Abnehmer der qualitativ hochwertigen Produkte sind gehobene Bekleidungsmarken weltweit, Department Stores, Filialunternehmen und Online-Händler. Zudem wird für die eigenen Marken PADDOCK'S, REDPOINT und S4 gefertigt, die europaweit vertrieben werden.

## **Bekleidungsproduktion eingestellt**

Als Folge der Corona-Pandemie musste OSPIG einerseits die Bekleidungsproduktion in ihren eigenen Fertigungs-

betrieben in Tunesien und Bangladesch aufgrund behördlicher Anordnungen für sechs Wochen komplett einstellen. Andererseits hatte die eigene Produktionsstätte „PADMAC VIETNAM“ in Nam Dinh – gelegen zwischen der vietnamesischen Hauptstadt Hanoi und dem Verschiffungshafen Hai Phong – aufgrund der Stornierung von Aufträgen amerikanischer Kunden die Produktion zunächst um 50 Prozent herunterfahren müssen: Eine unvorhersehbare Situation mit weitreichenden negativen wirtschaftlichen Auswirkungen.

## **Produktionsumstellung zur Sicherung von Arbeitsplätzen**

Als Ausweg aus dieser bedrohlichen Situation für den Fertigungsbetrieb in Vietnam und zur Sicherung der 1.200 Arbeitsplätze vor Ort stellte man das Produkt-Portfolio auf



Fabrikhalle der PADMAC VIETNAM im nördlichen Nam Dinh





“I am happy to get the chance to produce face masks in PADMAC VIETNAM, because the mask production can preserve our jobs during the Corona Crisis.”

Quach Thi Anh

die Fertigung von 2-lagigen Gesichtsmasken aus reiner Baumwolle mit OEKOTEX-100-Zertifizierung um. Die Masken sind nachhaltig, da waschbar und wiederverwertbar. Um dem Produkt im Vergleich zu anderen Herstellern einen besonderen Mehrwert zu verschaffen, bietet man den Kunden an, die „Mund-Nasen-Masken“ mit gedruckten oder gestickten Firmen- oder Marken-Logos zu veredeln.

**Ausweitung der Kundenbasis**

Diese Idee eröffnete neben den bestehenden Abnehmern der Produkte der OSPIG-Gruppe ein weit darüber hinaus gehendes Kunden-Portfolio. Man beliefert somit neuerdings nicht nur Händler aus dem Bekleidungsbereich, sondern auch Kunden vom Schraubenhersteller und Architekten über Gebäudereiniger und Regierungsbetriebe bis hin zu Bürgermeistern, die ihre Städte-Logos auf die Masken aufbringen lassen, um diese an Mitarbeiter und Touristik-Büros zu verteilen. „Design Made in Germany“ erhöht die optische Attraktivität und Funktionalität der Mundschütze – eine Variante für Kinder rundet das Sortiment ab. Eine besondere Herausforderung bei der Produktumstellung bestand in der Eile, die aufgrund des dringenden Bedarfs an Masken in Europa geboten war. Ausgangsmaterialien für Mundschütze wurden täglich knapper. Hier halfen gute Kontakte zu Materialherstellern direkt vor Ort in Vietnam, die OSPIG mit einer schnellen Belieferung der gesuchten Webwaren, Nasenstege und elastischen Bändern kurzfristig unterstützten. Schnelle Lieferwege waren ebenfalls ein knappes Gut. Um zu gewährleisten, dass die Ware auf kurzen Wegen zu den Kunden in Europa gelangt, wird diese nun per Luftfracht oder Kurierdienst versandt. In vertrieblicher Hinsicht kam OSPIG der europaweite Außendienst in 25 Ländern zugute, der die neuen Produkte kurzfristig in allen Märkten anbieten konnte.

**Herstellung von Masken bis zum Ende der Pandemie**

Folgt man den Empfehlungen zur Reinigung der Mundschütze geht der Trend zur „Zweit- und Drittmaske“ und das Thema Nachhaltigkeit hält auch im Bereich der Gesichtsmasken Einzug. Daher sieht man in der Fertigung

**PADDOCK'S** WASCHBAR · WIEDERVERWENDBAR · NACHHALTIG  
**MUND-NASEN MASKE**  
 MIT LOGO-VEREDELUNG



<ul style="list-style-type: none"> <li>+ aus hochwertigem 100% Cotton Halbzwirn</li> <li>+ Oekotex-Standard 100</li> <li>+ mit Logo <i>personalisierbar</i></li> <li>+ Herstellung in eigener zertifizierter Fertigung</li> <li>+ doppelte Verarbeitung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ handgefertigt</li> <li>+ wiederverwendbar &amp; nachhaltig</li> <li>+ Design made in Germany</li> <li>+ atmungsaktiv, weich &amp; bequem</li> <li>+ bei 60°C waschbar</li> </ul>
--	---

der Gesichtsmasken noch bis zum Ende der Pandemie eine parallele Produkt- und Marketing-Strategie, die die negativen Auswirkungen der Covid-19-Krise auf die wirtschaftliche Lage des Traditionsunternehmens OSPIG zumindest partiell abmildern kann. Nichts allerdings ist aus Sicht der Geschäftsführung der OSPIG-Gruppe wichtiger als eine Rückkehr zur Normalität, auch im Hinblick auf das eigene Produkt-Portfolio.

→ Zum Autor:



**Thomas Köning**, Geschäftsführender  
 Gesellschafter/CEO, OSPIG-Gruppe Bremen,  
 E-Mail: koening@ospig.de

# Krisenprimus Ostasien – Blick auf die Corona-Folgen

---

*Ein Resultat der epochalen Corona-Pandemie wird absehbar der noch schnellere Aufstieg Asiens zum weltwirtschaftlichen Gravitationszentrum sein. Auch dort haben sich einige Staaten besser geschlagen als andere. Was ist die Ursache für deren größere Resistenz und welche dauerhaften Konsequenzen der Krise sind wahrscheinlich – vor allem für die allseits antizipierte Weltmachtrolle Chinas und das Verhältnis zu den USA?*

Die bisherige Corona-Bilanz des Westens fällt im Vergleich zu einer Reihe asiatischer Staaten wenig vorteilhaft aus. Die Reaktionen kamen zu spät, waren nicht zielgenau und zum Teil kontraproduktiv. Es ist zu befürchten, dass die jahrelangen Krisennachwehen Amerikaner und Europäer noch viel Kraft und Energie kosten werden. Dabei besteht zusätzlich das Risiko, dass die massiven Staatsinterventionen zu Lasten der marktwirtschaftlichen Dynamik gehen. Zudem dürfte es zu Übertreibungen bei der Rückverlagerung von als existenziell erachteten Fertigungen kommen. Parallel wird sich derweil die Verlagerung der Wirtschaftsmacht in den Asien-Pazifik-Raum weiter fortsetzen. Auch wenn dort in diesem Jahr die erste ökonomische Kontraktion seit der Asienkrise 1998 droht, wird die Region auch 2020 wieder die wirtschaftlich erfolgreichste weltweit sein. Asien war die erste Region, die von der Pandemie getroffen wurde und wird auch der Weltteil sein, der sich – zumindest in Teilen – als Erstes wieder erholen wird. Das bislang beste Krisenmanagement war klar in Ostasien zu sehen. Der US-Politiktheoretiker *Francis Fukuyama* hält „Staatskapazität“ für die zentrale Erfolgsvariable sowohl bei der direkten Krisenreaktion als auch bei dem Vermögen, die Aufgaben der nächsten Jahre zu meistern.

## **Vorteil effizienter Staat**

Er versteht darunter die Fähigkeit, effektiv staatliche Dienstleistungen im Gesundheitswesen oder in der Verwaltung zu mobilisieren und dabei einen nationalen Konsens herzustellen. Dies erklärt, warum Südkorea, Hongkong und Taiwan, die alle auf einen leistungsfähigen Staat mit einer kompetenten Bürokratie zurückgreifen können, die Krise bisher gut überstanden haben. Und hier liegt auch die Erklärung, warum Südasien dagegen ungünstig abschneidet. In der Mitte dieses Spektrums liegt Südostasien. Obwohl alle drei genannten Standorte stark vom Außenhandel abhängig sind, hält sich der je prognostizierte Rückgang der Wirtschaftsleistung von rund 2 % in Grenzen. In die Riege der langfristigen Erfolgsfälle gehört generell auch Singapur. Dem Stadtstaat war die erste Eindämmung ebenfalls gut gelungen, bevor die Fallzahlen in den Unterkünften von Gastarbeitern hochschnellten und einen umfassenden Lockdown nötig machten. Die Regierung dürfte die Missstände nun mit Hochdruck abstellen. Es zeigt sich, dass die Krise die Mängel einzelner Länder schonungslos offenlegt. Der Preis, den Singapur für sein Versäumnis zu zahlen hat: Es wird 2020 wohl den tiefsten Wirtschaftseinbruch in ganz Asien zu verkraften haben. Positiv stellt sich indes die Lage in Vietnam dar, dem sei-

ne konfuzianische Regelbindung genutzt und das beim Standortrennen neue Punkte gesammelt hat. Eher gemischt fällt die Bilanz für China aus, das auf Jahressicht beim Wachstum knapp auf der Plusseite bleiben dürfte. Abgesehen von den anfänglichen Vertuschungen wurden die unstrittigen Erfolge mit teils drakonischen Eingriffen bei den Freiheitsrechten erkaufte. Offenbar müssen zu einem professionellen Vorgehen auch Transparenz und demokratische Rechenschaft hinzukommen. Am Beispiel USA wiederum zeigt sich, welche enormen Reibungsverluste ein fehlender nationaler Konsens verursachen kann.

## **China – geopolitischer Gewinner?**

Nahezu diametral in der Krise gewandelt hat sich das Bild Chinas. Zuerst war infolge der drastischen Bilder aus Wuhan von einem „Tschernobyl-Moment“ die Rede, der das Potenzial hat, die KP-Herrschaft ins Wanken zu bringen. Nun soll im Zuge von gütiger „Masken-Diplomatie“ und offensiver „Rambo-Diplomatie“ die Ablösung der USA an der Weltspitze zugunsten Chinas erfolgen. Wahrscheinlicher ist jedoch eine weitere Wendung: Mit zeitlicher Distanz werden – auch bei Chinas Bevölkerung – die schweren Defizite des chinesischen Systems bei der primären Krisenreaktion wieder in den Blick rücken und den

erzielten Renommee-Gewinn abbröckeln lassen. Bleiben dürfte, wie auch bei den USA, ein erheblicher Prestigeverlust. Zudem werden auf Peking bei der Bewältigung der Corona-Folgen hohe Kosten zukommen, welche die geopolitischen Ambitionen merklich zügeln dürften. Schon zuvor wurde in China, das weiter ein Schwellenland ist, z.B. herbe Kritik an den hohen Ausgaben für die Belt & Road Initiative (BRI) geäußert. Warum, so die legitime Frage, soll man die Lasten für ein – wirtschaftlich zweifelhaftes – globales Verkehrsnetz tragen? Die Führung wird derweil alles unternehmen, um einen ersten Abschwung und damit die Gefahr von Kritik speziell bei den neuen Mittelschichten abzuwehren.

Zu bedenken ist ferner, dass es in der Partei verschiedene Fraktionen gibt, die divergente Positionen bei der Frage einnehmen, inwieweit man sich im Ausland engagieren soll. Die binnenorientierten Gruppen werden darauf drängen, die Prioritäten künftig klar im Land zu setzen. In diesem Sinne lässt sich auch der Autonomieeinschnitt für Hongkong interpretieren. Dabei wird es sicher keinen Rückzug in den Isolationismus geben, dafür ist China viel zu sehr verflochten. Der Internationalisierungskurs dürfte aber an Schwung verlieren. Hier könnte sich eine Lücke für Japan öffnen, seinen Einfluss in Asien auszuweiten. Der China-Analyst *Minxin Pei* verweist darauf, dass die Corona-Krise die Schwächen der Ein-Mann-Herrschaft des Xi Jinping offen zu Tage gebracht hat, da sie unflexibel und fehleranfällig ist. Da sich der unfehlbare starke Mann an der Spitze kaum korrigieren kann, der Unmut in der Partei aber gestiegen ist, wird es Xi

noch schwerer fallen, eine konsistente Politik zu verfolgen. Damit wird es für ihn auch schwieriger, seine ehrgeizigen Ziele zu erreichen. Eine exklusive Weltmachtrolle Chinas ist insgesamt schon allein deshalb unplausibel, weil es aufgrund der hohen Abhängigkeit von maritimen Transporten viel zu anfällig für Seeblockaden ist. Die Logik der Seidenstraße zu Lande („Belt“) besteht gerade darin, hier eine gewisse Alternative zu schaffen.

### Folgen der Entkoppelung

Auch wenn die Aussichten der USA, an der Weltspitze zu bleiben – trotz zweitem *american decline* – so schlecht nicht sind, spricht alles dafür, dass sich das Post-Corona-Verhältnis zu China weiter eintrüben wird. Dies dürfte in abgeschwächter Form auch für die EU oder Australien gelten. Die Entkopplung der 40 Jahre langen und stetig enger gewordenen Wirtschaftsbeziehungen wird fortschreiten und die US-Abhängigkeit von chinesischen Fabriken, Firmen und Investitionen zurückgedrängt werden. Die Frage ist nur, wie weit dieser Prozess gehen wird. Der Yale-Ökonom *Stephen Roach* betont, dass sich zwei nationalistisch gesinnte Gesellschaften gegenüberstehen. Diese ergeben sich in Anschuldigungen, sodass kaum mehr Raum für Kompromisse besteht. Roach empfiehlt, den aufziehenden Bruch zwischen beiden Ländern anzuerkennen und über die globalen Folgen nachzudenken: China wird wohl seinen größten Absatzmarkt wie auch den Zugang zu US-Technologien für seine Innovationsprojekte verlieren. Auf der anderen Seite werden die USA eine Quelle für günstige Importwaren einbüßen, auf die viele ärmere Verbraucher angewiesen sind.

Für die USA wird ebenfalls ein wichtiger Absatzmarkt wegbrechen, der sich zum drittgrößten und am schnellsten wachsenden entwickelt hatte. Auch die Nachfrage aus China nach US-Schatztiteln zur Finanzierung des historisch hohen Staatsdefizites würde ausfallen. Am Beginn der Entfremdung stand für Roach Chinas „*decade of rebalancing*“ – die Verschiebung von Exporten und Investitionen zum Konsumwachstum, das Setzen auf Dienstleistungen und der Wandel von importierter zu eigener Innovation. Dieser Kurswechsel war für die von China abhängigen USA gleichermaßen Affront und ökonomisches Problem. Auch wenn das amerikanische Leistungsbilanzdefizit infolge der Corona-Schäden weiter anwachsen wird, ist Roach skeptisch, dass noch eine eigentlich im beidseitigen Interesse liegende Einigung gelingt. In politischer Hinsicht könnte das Zerwürfnis zu einem neuen kalten Krieg führen, von dem der Historiker *Niall Ferguson* annimmt, dass er vorwiegend im Cyberspace geführt würde. Deutschland sollte sich darauf einstellen, dass der Druck aus den USA noch weiter steigen wird, die Abgrenzungsstrategie mitzutragen. Selbst wenn man hier eine gewisse Gegenwehr leistet, dürften die Spielräume beträchtlich enger werden. Neue Optionen sind also gefragt – die Krise hat einige Hinweise auf interessante Partner geliefert.

→ Zum Autor:



**Daniel Müller** ist  
Regionalmanager  
ASEAN beim OAV,  
mueller@oav.de



# GBN – Global Business Network – Förderung für Ihr unternehmerisches Engagement in neuen Märkten

*Das Global Business Network (GBN) Programme – ein Programm des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) – sowie das dazugehörige Business & Cooperation Desk am GBN-Standort Kambodscha werden vorgestellt sowie ein Einblick in den Markt von Kambodscha und die Pläne des GBN-Programms in Asien gegeben. Hierzu haben wir Frau Linda Schraml, GBN-Programmleiterin, und Frau Dr. Bianca Untied, GBN-Koordinatorin des Business & Cooperation Desks in Kambodscha, interviewt.*

**Frau Schraml, seit 2018 ist das Business & Cooperation Desk im Rahmen des GBN Programme der GIZ in Kambodscha aktiv. Es ist zurzeit der einzige Standort in ganz Asien: Warum gerade Kambodscha?**

Das GBN Programme wird seit 2017 von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) im Auftrag des BMZ durchgeführt. Die Business & Cooperation Desks in ausgewählten Ländern Afrikas und Asiens bieten eine Ansprechstruktur für deutsche und internationale Unternehmen an und sind direkt in die deutsche Entwicklungszusammenarbeit (EZ) vor Ort integriert. Das geschieht an allen Standorten in sehr enger Abstimmung mit den Auslandshandelskammern (AHK) oder vergleichbaren

Organisationen, um ein zwischen EZ und AWF (Außenwirtschaftsförderung) abgestimmtes Angebot an Unternehmen anbieten zu können. Darüber hinaus möchten wir die Potenziale der EZ für Unternehmen zugänglich machen, durch Informationen zu bestimmten Sektoren und Wertschöpfungsketten oder über den Zugang zu politischen Partnern in den jeweiligen Ländern. Dazu gehören natürlich auch etablierte Förderprogramme, die sich direkt an Unternehmen wenden, wie z.B. develoPPP.de. Deshalb beraten alle Business & Cooperation Desks Unternehmen zu den Kooperationspotenzialen mit der EZ. Ziel ist es dabei, Unternehmen zu mehr wirtschaftlichem und entwicklungspolitischen Engagement in den Ländern zu motivieren. Das erste Business



Deutsche Unternehmen und die Entwicklungszusammenarbeit setzen sich gemeinsam für die Verbesserung der beruflichen Bildung in Kambodscha ein





Der Parlamentarische Staatssekretär Norbert Barthle besucht die europäische Handelskammer, den Standort des Business & Cooperation Desk in Kambodscha

& Cooperation Desk wurde 2017 in Äthiopien eröffnet, es folgten weitere Standortöffnungen in Afrika – und im Jahr 2018 das erste in Asien, in Kambodscha. Hier ist das Business & Cooperation Desk und die GBN-Koordinatorin Bianca Untied beim Arbeitskreis Deutscher Wirtschaft (ADW) angesiedelt, der wiederum Gründungsmitglied der europäischen Handelskammer Kambodscha ist. Die deutsche EZ ist schon seit mehr als 50 Jahren in Kambodscha tätig und es gibt ein erhebliches Potenzial zur Kooperation mit der deutschen und europäischen Wirtschaft, weshalb wir uns für Kambodscha entschieden haben.

**Frau Dr. Untied, welche Möglichkeiten haben Unternehmen in Kambodscha? (Ist Kambodscha wirklich ein lukrativer Markt? Welche Risiken gibt es?)**

In der Tat sind politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Auswirkungen der jüngeren Geschichte Kambodschas noch heute zu spüren. Aber die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen sind – gerade im regionalen Vergleich – dennoch attraktiv. Und auch wenn Kambodscha mit rund 16 Millionen Einwohnern ein kleiner Markt ist, zeichnet er sich durch Wettbewerbsvorteile aus: Eine liberale Wirtschaftspolitik, diverse Investitionsanreize, eine junge und dynamische Bevölkerung und die Anbindung an internationale Seewege einschließlich des Tiefseehafens in Sihanoukville. Die Wachstumsraten lagen in den letzten Jahren konstant bei sieben Prozent. Zudem basiert die Wirtschaft weitestgehend auf dem US-Dollar, was die finanzielle Planung erleichtert. Für die deutsche Wirtschaft ist Kambodscha bisher allerdings v.a. für den Handel relevant, Investitionen vor Ort werden noch überwiegend durch Unternehmen aus der Region getätigt, obwohl durchaus vielversprechende europäische Investitionen vorzufinden sind. Investitionsnachteile ergeben sich bisher vor allem aus den vergleichbar hohen Energie- und Transportkosten, wobei hier aufgrund von Reformen und Investitionen, v.a. aus China, in den nächsten Monaten und Jahren immense Verbesserungen zu erwarten sind. Als Hemmnis gilt zudem der Zugang zu qualifiziertem Personal,

und dies ist in der Tat ein Ergebnis der Geschichte. Die Ausbildung von Personal ist aber ein gutes Beispiel, wie die EZ deutsche Unternehmen unterstützen kann, sei es über die bestehenden Netzwerke oder diverse Förderprogramme.

**Frau Dr. Untied, wie kann die EZ einem deutschen Unternehmer helfen, den Auslandsgang nach Kambodscha zu wagen?**

Die GBN-Koordinator\*innen unterstützen Unternehmen, z.B. indem sie Informationen zur Verfügung stellen. So wurde in Kambodscha gemeinsam mit dem ADW, Germany Trade and Invest und der AHK Myanmar, die seit Anfang 2019 einen Regionalkoordinator für Laos und Kambodscha hat, ein Marktführer veröffentlicht. Mit dem ADW und der europäischen Handelskammer vor Ort stellen wir zudem vertiefte Sektorinformationen zur Verfügung. Über die Ko-Finanzierung nachhaltiger Pilotprojekte der deutschen EZ und den Zugang zu lokalen Netzwerken der GIZ vor Ort können Unternehmen den Schritt nach Kambodscha wagen – oder wie bereits erwähnt, Personal vor Ort qualifizieren. Wenn dann der Schritt in Richtung Investition erfolgen soll, kann die DEG - Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH über Darlehen, Garantien oder Mischfinanzierungen entwicklungspolitisch sinnvolle Projekte deutscher Unternehmen in Kambodscha finanzieren. Zusätzlich zu den Finanzierungsangeboten bietet die DEG Beratung zum Projekt- und Risikomanagement sowie Finanzierungsmöglichkeiten für investitionsbegleitende Maßnahmen an, z.B. Sozial- und Umweltschutzaktivitäten oder die Qualifizierung von Personal. Über den Senior Experten Service kann zusätzlich Know-how aus Deutschland vermittelt werden. Und schließlich können Unternehmen von den vielfältigen Ausschreibungen profitieren, die aus der EZ resultieren – viele Mittelständler sammeln erste Erfahrungen im Ausland durch den Export ihrer Waren. Und zu guter Letzt sei auf den EZ-Scout im OAV verwiesen, der Unternehmen der deutschen Asienwirtschaft ebenfalls beraten und mit dem Business & Cooperation Desk des GBN vernetzen kann.



Der Bauboom hat die Skyline von Phnom Penh stark verändert

**Frau Dr. Untied, welche konkreten Geschäfts- und Kooperationsmöglichkeiten in welchen Sektoren gibt es?**

Hohe Wachstumsraten, eine junge Bevölkerung, eine wachsende Mittelschicht, ein verbessertes Geschäfts- und Investitionsklima – Kambodscha bietet vielfältige Potenziale und hat zugleich Nachholbedarf. Es gilt als eine der letzten *frontier economies* in ASEAN und bietet genau deshalb diverse Geschäfts- und Kooperationsmöglichkeiten, letztlich in allen Sektoren: Sei es als Industrie- und damit Einkaufsstandort für arbeitsintensive Leichtindustrien mit Exportpotenzial, als Absatzmarkt für Konsumgüter, als Absatzmarkt von Technologien und Maschinen für die Agrarwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung, von Umwelttechnologien und von Produkten und Geräten der Gesundheitswirtschaft. Auch der Dienstleistungssektor bietet Nachholbedarf, v.a. im Tourismus- und im Transport- und Logistiksektor. Und letztlich ist der Landwirtschaftssektor nach wie vor eine wichtige Säule der kambodschanischen Wirtschaft und bietet deutschen Importeuren von Agrarprodukten eine vielfältige Palette. Für alle Sektoren gilt: Mut, Präsenz vor Ort, Ausdauer und *Compliance* vom ersten Tag an zählen sich aus.

**Frau Dr. Untied, können Sie uns bitte ein Beispiel von den Geschäfts- und Kooperationsmöglichkeiten, die über GBN Kambodscha zustande gekommen sind, schildern?**

Eins der Beispiele stammt aus der aussichtsreichen Branche der Lebensmittelverarbeitung. Über das GBN Kambodscha



Auf früherem Sumpfgebiet ist ein neues Wohn- und Geschäftsviertel Koh Pich von Phnom Penh in Entstehung

wurden das GIZ-Vorhaben zur ländlichen Regionalentwicklung mit einem Unternehmen aus Süddeutschland vernetzt. Es entwickelt Maschinen zur Verarbeitung von Ölsaaten und bietet die komplette Technologie und das notwendige Know-how der kleinbetrieblichen Öl- und Schälmüllerei an. In einem gemeinsamen Projekt sollen die Verarbeitungskapazitäten für landwirtschaftliche Nischen- und Beiprodukte zur Herstellung von hochwertigen Pflanzenölen verbessert werden. Denn bisher wird der weiteren Nutzung bzw. Verarbeitung von Nischen- und Beiprodukten für die Ernährung oder als Grundlage für Kosmetikprodukte kaum Beachtung geschenkt. Der landwirtschaftliche Verarbeitungssektor Kambodschas ist bisher wenig entwickelt. Im Rahmen des Projektes wird zum einen ein Wissens- und Technologietransfer bezüglich der Weiterverarbeitungspotenziale von Nischen- und Beiprodukten erfolgen, zum anderen werden neue lokale, regionale oder globale Absatzmärkte entwickelt.

**Frau Schraml, was für Pläne verfolgt das GBN Programme für die asiatisch-pazifische Region? Welche weiteren Standorte verfügen über Potenzial für die Errichtung eines Business & Cooperation Desks?**

Aktuell haben wir aufgrund des starken Fokus des BMZ auf Afrika sieben Standorte in Afrika und nur einen Standort in Asien. Asien hat aber ein sehr hohes Potenzial für die deutsche Privatwirtschaft und ist auch ein sehr interessanter politischer Partner. Deshalb hat das GBN auch schon weitere Länder in Asien als mögliche Standorte ins Auge gefasst. Sobald die hierfür notwendigen Entscheidungen auf politischer Ebene getroffen werden, werden wir es kommunizieren.

Kontakt zur GBN-Koordinatorin: **Dr. Bianca Untied**  
 T.: +855 89 290492  
 E.: bianca.untied@giz.de, globalbusinessnetwork@adw-cambodia.org

**→ Zur Autorin:**

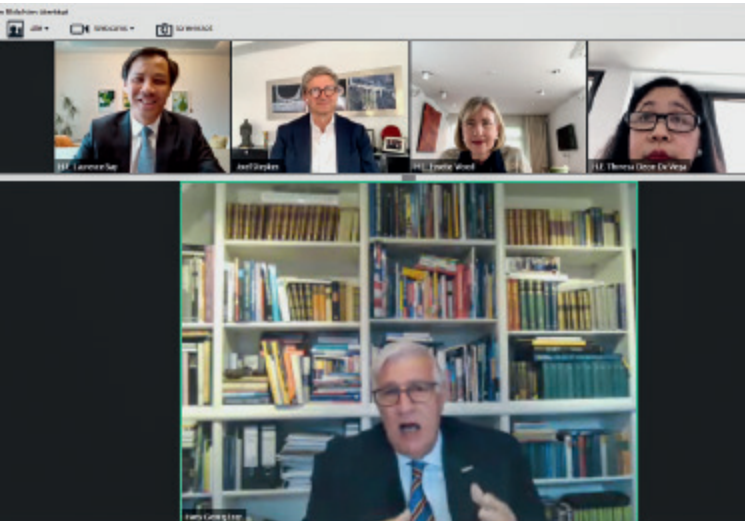


**Christine Falkenberg,**  
 EZ-Scout in der OAV-Geschäftsstelle



# Der OAV im Homeoffice

Anfang März begab sich der OAV-Mitarbeiterstab in die Heimarbeit und hat seitdem eine steile Lernkurve in punkto Digitalisierung vollzogen. Mittlerweile haben sich unsere Online-Formate wie die digitalen Länderausschüsse erfolgreich etabliert und verzeichnen eine sehr gute Resonanz. Bis Mitte Juni wurden so dank des großartigen Engagements und der Beiträge unserer Präsidiums- und Vorstandsmitglieder ca. 18 Webinare mit insgesamt über 1.600 Teilnehmern durchgeführt.

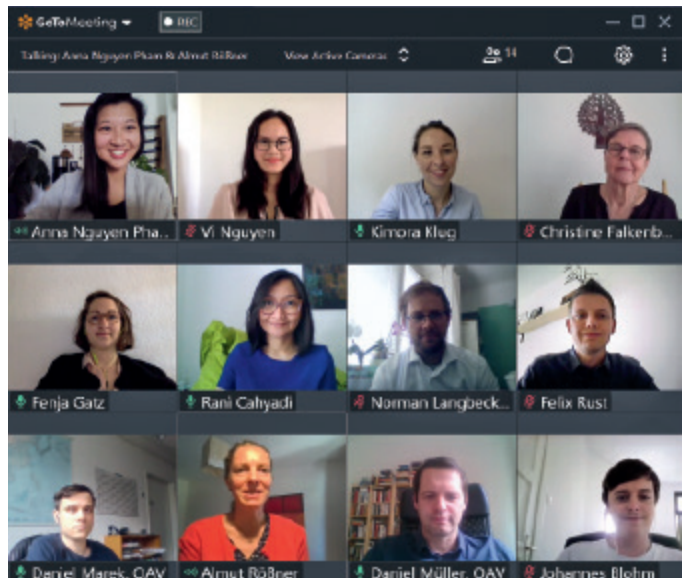


„Dieses Webinar bewies einmal mehr, wie gefestigt die Geschäftsverbindungen zwischen dem OAV und dem Asien-Pazifik-Raum sind. Wir dürfen uns durch die COVID-19-Pandemie nicht in unserer Entschlossenheit schwächen lassen, freie und offene Volkswirtschaften zu bleiben.“

S.E. Laurence Bay,  
Botschafter der Republik Singapur, über „Ambassadors-in-Dialogue“ am 30. April



Dank der schnellen technischen Umsetzung und der flexiblen Umstellung der Mitglieder des OAV-Netzwerks konnten die Länderausschüsse dieses Jahr zum ersten Mal digital angeboten werden. Die Online-Veranstaltungen wurden sehr gut angenommen und es besteht die Überlegung, diese auch nach der Corona-Krise fortzuführen



Die Mitarbeiter der Geschäftsstelle tauschen sich bei einem wöchentlichen und nun digitalen Jour Fixe aus



Dennoch ab und an im Büro, z.B. für die Prüfung der Festschriften, die anlässlich des OAV-Doppeljubiläums veröffentlicht werden

# US-China trade war: still grinding on

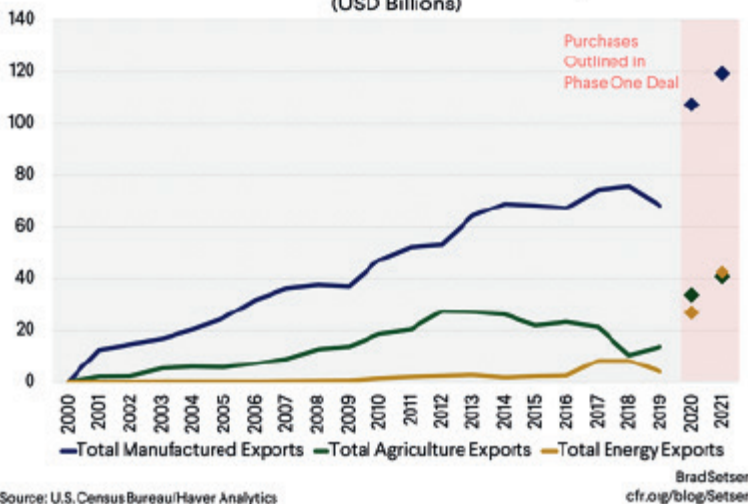
*The spread and response to COVID-19 has taken nearly all the time and attention of almost everyone. For companies trying to navigate the extreme uncertainty and high risks associated with collapsing supply and demand, there is little ability to manage anything else. But the US-China trade war continues to grind on. While coronavirus takes the headlines, the economic damage from more than two years of trade hostilities between the two largest global economies continues to take a toll. Worse, US President Donald Trump appears eager to escalate the fight all over again for the rest of this year.*

Many people seemed to have stopped paying attention to the trade conflict back when the Phase 1 “deal” was signed in January and implemented on February 14 (both dates seem like a lifetime ago already!).

As we noted at the time, the Phase 1 deal was never likely to hold. The agreement had promises in a variety of areas from intellectual property rights to financial services. But the most important element was a promise to purchase goods. The US insisted that China buy \$200 billion in products ranging from soybeans to energy in a two-year time frame.

This target was never realistic. It was nearly double any previous purchases made by China for US exports and it was coming off extremely low export figures across the duration of US-China tariff escalation. The chart below, from CFR’s Brad Setser, shows the size of the challenge.

**Phase One Trade Deal: Proposed Increases in U.S. Exports to China (USD Billions)**



Source: U.S. Census Bureau/Haver Analytics

BradSetser  
cfr.org/blog/Setser

The Phase 1 deal arrived just as the COVID-19 situation was taking off in China. With factories and shops shuttered across the country (and not just in Wuhan at the epicenter), Chinese imports from everywhere sagged.

Meeting the series of purchasing targets went from impossible to never-going-to-happen.

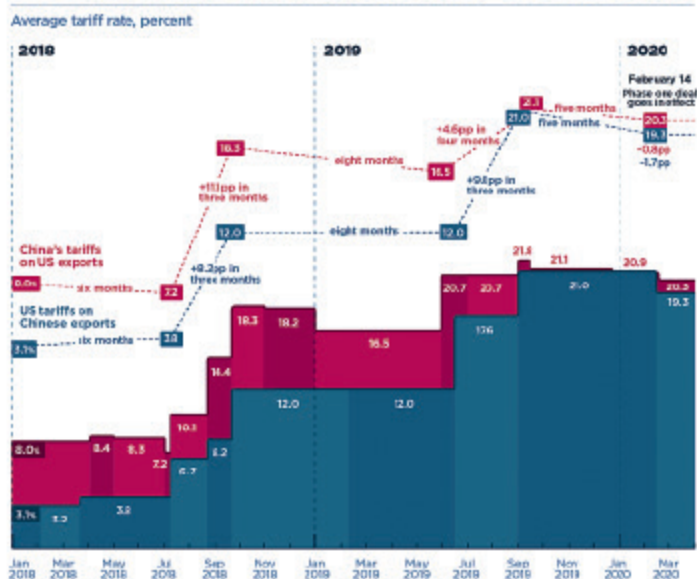
So what was the appropriate US response? There were two options available to Washington. First, to acknowledge that the scale and depth of the crisis made previous commitments unattainable in the short term and either recalibrate the expectations, adjust the target levels, or shift the timeline.

Second, to complain loudly that China had failed to meet the purchasing targets and start the whole conflict all over again. Trump has just selected option two, making repeated statements about his intention to return to the height of the US-China trade conflict. This could include canceling the entire Phase 1 agreement or escalating tariffs again. Before reflecting on what an escalation of tariffs might look like, it is worth noting the extent to which tariffs remain in place between the two sides after the Phase 1 deal took effect.

As the following chart from the Peterson Institute for International Economics shows, heading into the trade conflict in early 2018, average tariff rates for imports from the US to China were 8% (and even declined by July 2018) while average tariffs for imports to the US from China were 3.1%. Even after the Phase 1 deal, average tariff rates into China soared to 20.3% while the US tariffs on Chinese goods reached 19.3%. The amount of merchandise trade covered under these tariffs also remained substantial, with additional US-China trade war tariffs slapped on American imports of products worth US\$370 billion.



## US-China Trade War Tariffs: An Up-to-Date Chart



- 2019**
- February 7**  
US Section 201 tariffs on solar panels and washing machines
- March 23**  
US Section 232 tariffs on steel and aluminum
- April 2**  
China's retaliation to US Section 232 tariffs
- May 1**  
China's MFN tariff cut on pharmaceuticals
- July 1**  
China's MFN tariff cut on consumer goods, autos, and IT products
- July 6**  
US Section 301 tariffs (\$34 billion) and China's retaliation (\$34 billion)
- August 23**  
US Section 301 tariffs (\$16 billion) and China's retaliation (\$16 billion)
- September 26**  
US Section 301 tariffs (\$200 billion) and China's retaliation (\$16 billion)
- November 1**  
China's MFN tariff cut on industrial goods
- 2020**
- February 7**  
US Section 201 tariffs reduced on solar panels and washing machines in year two of policy
- June**  
US Section 301 tariffs (10% to 25% increase on \$200 billion, effective June 1) and China's retaliation on some US products (subset of \$60 billion, June 1)
- July 1**  
China's MFN tariff cut on IT products
- September 1**  
US Section 301 tariffs (5% on subset of \$300 billion) and China's retaliation on some US products (subset of \$75 billion)
- September 17**  
China implements product exclusions on less than \$2 billion of US exports
- December 26**  
China implements product exclusions on less than \$1 billion of US exports
- 2020**
- February 7**  
US Section 201 tariffs reduced on solar panels and washing machines in year two of policy
- February 8**  
US Section 232 tariffs extended to imports that use aluminum and steel
- February 14**  
US Section 301 tariffs of 15% imposed on September 1, 2019 (subset of \$300 billion) cut in half and China's retaliatory tariffs imposed on September 1, 2019 (subset of \$75 billion) cut in half

#PIIECharts Learn more at [pile.com/research/pile-charts](http://pile.com/research/pile-charts)

pp = percentage point MFN = most favored nation  
 Note: Trade-weighted average tariffs computed from product-level (6-digit Harmonized System) tariff and trade data, weighted by exporting country's exports to the world in 2017.  
 Source: Updated on February 16, 2020, with data available in Chad P. Boon's forthcoming blog post, "Tariff waxes remain after two years of trade war and despite a phase one deal"

There has been a strong and active lobbying campaign in the US to get many of these tariffs removed. Many firms had received exemptions from tariffs over the course of the conflict. These exemptions have now been largely extended, but the value of traded products covered by significantly increased tariff costs is still high.

In spite of a collapsing global economy and trade flows projected to be -13 to -32%, President Trump has waded into this fragile and uncertain situation armed with the same toolkit he has used in the past. His toolbox contains basically an assortment of hammers and sledgehammers. His latest response to global trade uncertainty is to threaten to cancel the Phase 1 agreement and impose new tariffs. In addition, US Commerce Secretary Wilbur Ross (remember him?) has just started the fifth US Section 232 case. Why? Partly because the toolbox only contains hammers, of course, leaving these instruments as the available tools of

choice. But also because Trump clearly believes that trade remains a winning strategy for him heading into November. Given the obvious strains in the US economy, he will struggle to show positive economic results to voters in the rest of his term in office. The clear solution is to return to what he believes works—showing toughness in trade, especially with the biggest adversary. Bashing China is an electoral strategy that he believes will work for November.

The Phase 1 deal was written with a fairly simple exit strategy. Slightly oversimplified, the US was responsible for deciding if China lived up to its commitments. If China did not, the US reserved the right to cancel it. Ending the Phase 1 agreement also means that future tariff escalations can be back on the table.

Firms may uneasily recall that planned tariff increases of 10% on the items in List 4 were suspended. Since List 4 includes every item shipped from China to the US, this is a significant challenge.

Many may argue that now, more than ever, firms should simply be getting out of China and returning to the US. Hence, if it takes rising tariff bills to make it happen, this is a price worth paying.

For firms, moving supply chains and sourcing is much more complicated that it seems to outsiders. There are lots of reasons why firms manufacture and import goods from China in the first place and many of these advantages have not stopped.

If the US proceeds with the latest threats to increase tariffs again on Chinese goods, the net result is going to be even greater disruption to trade at a time when the global economy can ill afford new sources of uncertainty.

Many firms may make choices that are not anticipated, including abandoning the US market and focusing instead on Asia or Europe. Business, at the end of the day, may very well opt to deliver goods and services to places with lower risks.

**\*\*\*This Talking Trade article was written by a not surprised, but still disappointed, Dr. Deborah Elms, Asian Trade Centre, Singapore. If you want help thinking through your supply chain and sourcing options, please contact us today at [info@asiantradecentre.org](mailto:info@asiantradecentre.org)\*\*\***



→ About the author:



**Dr. Deborah Elms**, Founder and Executive Director of the Asian Trade Centre. The Asian Trade Centre works with governments and companies to design better trade policies for the region. Dr. Elms is also Vice Chair of the Asia Business Trade Association (ABTA) and sits on the International Technical Advisory Committee of the Global Trade Professionals Alliance and is Chair of the Working Group on Trade Policy and Law. She is also a senior fellow in the Singapore Ministry of Trade and Industry's Trade Academy. Her projects include the Trans-Pacific Partnership (TPP) negotiations, the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), the ASEAN Economic Community (AEC) and global value chains.

# Behn Meyer – 180 Jahre in Südostasien

Das Geschäft des OAV-Gründungsmitglieds Behn Meyer hat sich über die Zeit immer weiter entwickelt. Vom klassischen Überseehändler zum Distributionshaus und weiter zum integrierten Life Science- und Chemieunternehmen heute. Hier zeigen wir einige Meilensteine der bewegten Unternehmensgeschichte.



Bürogebäude von Behn, Meyer & Co. (links) in Singapur um 1890



Jungpflanzen auf einer Ölpalmenplantage in Westmalaysia um 1965

## 1840

Die beiden Hamburger Kaufleute Theodor August Behn und Valentin Lorenz Meyer gründen das erste deutsche Unternehmen in Singapur: Behn, Meyer & Co.

## 1960

Die Agrarwirtschaft kristallisiert sich zunehmend als Schwerpunkt der Aktivitäten heraus. Behn Meyer vertritt Prinzipale wie die BASF, Bayer, K+S, Canpotex und Compo und vertreibt deren Spezialdünger und Pflanzenschutzmittel auf den entstehenden Plantagen in Malaysia.

## 1910

In einer goldenen Ära des Freihandels avanciert Behn, Meyer & Co. bis zum Ersten Weltkrieg zum größten deutschen Schifffahrts- und Handelshaus in Südostasien.



## 1920

In der Zwischenkriegszeit wird das Geschäft wieder aufgebaut. Neben der Vertretung deutscher Chemieunternehmen werden auch Konsumartikel ins Sortiment aufgenommen, so z.B. Beck's Bier aus Bremen, das Champagnerhaus Heidsieck oder die Ford Motor Company aus den USA.



Behn Meyer Van mit Außenwerbung wichtiger Vertretungen

## 1955

Nach Ablauf des zehnjährigen Ansiedlungsverbots für deutsche Firmen wird der alte Name Behn Meyer & Co. in Singapur wiederbelebt. Viele Mitarbeiter zieht es abermals nach Südostasien, die alten Geschäftskontakte werden aufgenommen und das Unternehmen startet ein drittes Mal. Der Fokus liegt nun auf Chemie, Agrochemie und technischem Geschäft mit Vertretungen von Telefunken, AEG, Rollei, Agfa und Olympia.





Eröffnung des R&D Centers in Binh Duong, Vietnam 2011

## 2000

Die Neuausrichtung Behn Meyers beginnt mit dem Aufbau eigener Produktion sowie zahlreichen Anwendungslabors, u.a. für Aquakultur, Lebensmittelveredelung und Gummiverarbeitung. Die Zusammenarbeit mit Kunden wird zusätzlich durch die Gründung von Behn Meyer R&D Services intensiviert, einer eigenen Forschungs- und Entwicklungsfirma mit Sitz in Malaysia.

## 2015

Zum entscheidenden Erfolgsfaktor der Gruppe wird die Diversität. Länder werden nicht von Expats, sondern von lokalen Managern geführt. Frauen sind in jedem Land Teil der Geschäftsführung und ziehen auch in Aufsichtsrat und Vorstand der Behn Meyer Gruppe ein.



Das Direktorium von Behn Meyer Vietnam besteht aus drei Damen

<b>AgriCare</b>	Fertilizers, Crop Protection
<b>Ingredients</b>	Animal Nutrition, Food, Home & Personal Care, Pharma
<b>Performance Chemicals</b>	Coatings, Petro- & Process Chemicals, Water Treatment, Leather & Textile
<b>Polymers</b>	Rubber, Plastics

Behn Meyers Leistungsspektrum heute

## 2011

Das Geschäftsmodell regionaler Distribution in Südostasien wird ergänzt durch den Erwerb von Produktionsfirmen, die die Expertise in Kernbereichen wie der Gummi- und Latexindustrie und der Wasseraufbereitung bei Performance Chemicals stärken.



Werk für Gummiadditive in Termoli, Italien



Pharmafirma Intracare B.V. in Veghel, Niederlande

## 2016

Mit der Akquisition der Firma Intracare B.V., die sich auf antibiotikafreie Medikamente für die Tiergesundheit und Hygieneprodukte spezialisiert, wird der Bereich Ingredients erweitert.

## 2018

Mit dem Bau eigener Düngemittelwerke in Malaysia, Vietnam und Myanmar erhält auch der Bereich Agricare eine eigene Produktionsplattform. Behn Meyer wandelt sich vom Überseehandelshaus zu einem integrierten Life Science-Unternehmen, das Distribution in Südostasien mit Spezialprodukten aus eigener Herstellung verbindet.



Eröffnung des Kompaktierwerks in Port Klang, Malaysia 2018

# Vor Ort bei ... Dreissigacker

*Der OAV unterstützt und begleitet ganz unterschiedliche Unternehmen bei der Entwicklung ihrer Geschäfte in asiatischen Märkten. Dort wird auf Geschäftsreisen oft ein Einblick in die Produktion und Vertriebsgesellschaften gewährt. „Warum nicht auch in Deutschland?“, fragte sich die Geschäftsstelle. Am Pfingstwochenende traf sich OAV-Geschäftsführerin Almut Rößner mit Jochen Dreissigacker auf seinem Weingut in Rheinhessen.*

Die Familientradition reicht zurück auf 1728 und Jochen Dreissigacker übernahm 2005 den Betrieb. Mit dem Streben neue Standards zu setzen, strukturierte er das Weingut komplett um. Für Dreissigacker liegt der Ursprung eines guten, unverfälschten Weins in der Nachhaltigkeit und Naturnähe: Angefangen beim Anbau über die Ernte bis zur Abfüllung und Lagerung. Star-Köche wie Tim Raue wurden auf den experimentierfreudigen und umtriebigen Winzer aufmerksam und der Erfolg blieb nicht aus: Dreissigackers Wein wurde US-Präsident Barack Obama bei dessen Staatsbesuch in Deutschland 2012 serviert. Seit 2018 verfolgt Dreissigacker mit der Eröffnung eines modernen Weinkellers seinen ganz eigenen Stil und löste sich von allen Vorgaben, der heute Anhänger in aller Welt begeistert. International exportiert das Weingut mittlerweile in 30 Länder, 80 % davon gehen aktuell nach Skandinavien, aber in Asien sind wichtige Zukunftsmärkte. Das Asiengeschäft wird seit Kurzem von einer chinesischen Mitarbeiterin, die in Deutschland Wein-Marketing studiert hat, unterstützt.



Das Gespräch „auf Abstand“ fand im modernen Ambiente der Weinkellerei statt

Auf die Frage, wie er als Familienunternehmer die Corona-Krise meistert, antwortet Dreissigacker: „Angesichts des immerwährenden Risikos von Ernteaussfällen durch Unwetter, Dürren oder Schädlinge, sind Landwirte und Winzer ohnehin gesunde Demut gewohnt und wir müssen uns langfristig orientieren.“ Auch wenn das Weingut Corona-bedingt mit massiven Umsatzeinbrüchen zu kämpfen hat, mussten die Frühjahrsarbeiten in den Weinbergen erledigt und neue Weinstöcke gepflanzt werden. Anders als in der Industrie können Kapazitäten nicht einfach runtergefahren werden. „An der Qualität wird dennoch nicht

gerüttelt!“ steht für den passionierten Winzer fest.

„Von der Mitgliedschaft im OAV erhoffe ich mir fundierte Informationen und Hintergrundanalysen wie bei den digitalen Länderausschüssen. Das OAV-Netzwerk bietet mir spannende Kontakte, u.a. zu deutschen Unternehmensvertretern und Botschaftern in Asien, um diese für unsere Weine zu begeistern und damit das Image des deutschen Weins international zu verbessern.“ In Asien waren deutsche Weine kaum bekannt oder erhältlich. Mittlerweile haben viele Hotels und Restaurants in asiatischen Metropolen die jungen Winzer entdeckt und erkannt, dass Riesling und Spätburgunder aus Deutschland hervorragende Begleiter für asiatische Gerichte sind. Davon werden sich die Botschafter der Asien-Pazifik-Region Mitte September beim *Ambassadors-in-Dialogue*-Programm in Rheinland-Pfalz bei einem Besuch der imposanten Weinkellerei inmitten der Weinberge selbst überzeugen können.

**Haben Sie Interesse, Ihr Unternehmen unter OAV auf Tuchfühlung vorzustellen? Bitte kontaktieren Sie uns!**

„Noch stecken wir was unser Asiengeschäft angeht in den Kinderschuhen: Doch gerade in China, Thailand, Korea und Japan sehe ich großes Potenzial für innovative deutsche Weine.“

Jochen Dreissigacker



Am 17. und 18. September lädt der OAV die Botschafter der Asien-Pazifik-Region zum ersten *Ambassadors-in-Dialogue* nach Rheinland-Pfalz ein, um dort ansässige Unternehmen kennenzulernen und sich mit diesen auszutauschen. Gastgeber sind u.a. Boehringer Ingelheim, SCHOTT und Strassburger Filter. Unterstützt wird dieser Besuch vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz.



# Das OAV-Netzwerk wächst!

*In dieser Ausgabe haben wir einige Neumitglieder herausgefiltert – diese haben im wahren Sinne des Wortes etwas mit Filtern zu tun oder unterstützen Unternehmen, die passenden Partner oder Förderprogramme für ihr jeweiliges Asiengeschäft herauszusieben.*



## **STRASSBURGER FILTER GmbH & Co. KG**

ist auf die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Filtrationssystemen zur Fest-Flüssig-Trennung für unterschiedliche Anwendungsbereiche spezialisiert. Das vor über 100 Jahren von Hermann Straßburger gegründete Unternehmen wird von Julia Schnitzler bereits in der 4. Familiengeneration geleitet. Ursprünglich stand die Herstellung von Anlagen im Mittelpunkt, die im Weinbau und in der Getränkeindustrie zum Einsatz kamen. Heute stehen Spezialanwendungen für die Kosmetik-, Chemie- und Pharmaindustrie im Vordergrund. Auf dem Gebiet der Blutplasmafraktionierung hat STRASSBURGER FILTER eine weltweite Marktführerschaft erworben. Dabei werden einzelne Proteine aus dem menschlichen Blutplasma zur Herstellung von Arzneimitteln gewonnen, die zur Behandlung von angeborenen und erworbenen Störungen der Blutgerinnung oder Immunabwehr sowie weiteren Indikationen eingesetzt werden. Die Wachstumsmärkte in Asien, wie China und Indien, aber auch Südkorea und Japan tragen stark zum Unternehmenswachstum bei. Das Unternehmen unterhält seit 2012 ein Vertriebsbüro in China in Shanghai und produziert ausschließlich am Standort in Deutschland.

[www.strassburger-filter.de](http://www.strassburger-filter.de)



## **W-Filter GmbH**

Die Historie des Familienunternehmens W-FILTER reicht in das Jahr 1980 zurück: In dieser Zeit begann der Firmengründer Günter Waldow, mit seinem Ingenieurbüro den Markt der Industriearmaturen mit unterschiedlichsten Produkten zu erobern. Über die Jahre hinweg erfolgte eine Fokussierung auf die Entwicklung, Herstellung und den Vertrieb von Schmutzfängern, Siebkorbfiltern und Topffiltern in Schweißkonstruktion, mit denen W-FILTER nun seine Vorteile unter Beweis stellt. Die W-FILTER GmbH bedient Kunden in aller Welt, u.a. in den Industriezweigen Energie- und Umwelttechnik (z.B. Biomasse, BHKW). Nach über 35 Jahren der Unternehmensführung hat Günter Waldow den Stab an seinen Sohn Dirk Waldow weiter gereicht. Mit umfangreicher Erfahrung im Bereich Maschinen- und Anlagenbau, erworben bei verschiedenen Unternehmen im In- und Ausland, lenkt er nun in zweiter Generation die Geschicke und den erfolgreichen Ausbau der unternehmerischen Aktivitäten der W-FILTER GmbH.

[www.w-filter.eu](http://www.w-filter.eu)



## **German Entrepreneurship Asia**

German Entrepreneurship Asia is a consulting firm connecting the innovation ecosystems of Asia and Europe to advance cross-border synergies between startups, investors and corporates. Located in Singapore, we maintain strong ties to many Asian countries through partnerships with private companies and government agencies. We are responsible for the execution of German Accelerator SEA, Next Step Asia (covering India, South Korea, Japan and Singapore), and Scaler8 which supports promising Asian startups to explore and enter the German market.

[www.german-entrepreneurship.asia](http://www.german-entrepreneurship.asia)

## **uniplan Uniplan**

Uniplan wurde 1960 von Hans Bröhe, Vater des heutigen CEO Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither haben sie sich immer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Trends und Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mit der kreativen Vorstellungskraft verbunden. Uniplan vereint heute als ganzheitliche Brand Experience-Agentur alle Disziplinen rund um Markenerlebnisse und Inszenierungen – von Strategie und Konzept über Kreation bis hin zu Realisierung und Kommunikation. Dabei begleiten sie ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 500 Uniplaner an neun Standorten in Asien und Europa erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.

[www.uniplan.com](http://www.uniplan.com)

### Weitere neue Mitglieder



## Cornelia Kunze

*OAV-Insidern ist Frau Kunze bestens bekannt: Sie war 2014 federführend an der Konzeption der ersten Talent Pool Asia-Konferenz beteiligt und hat auch während ihrer Zeit im OAV-Vorstand wichtige Impulse gesetzt. 2018 startete sie mit i-sekai ihr eigenes internationales tätiges Beratungsunternehmen. Sie gründete zudem die deutsche Sektion von Global Women in PR (GWPR).*



### ZUR PERSON

**Cornelia Kunze**, Gründerin von i-sekai, internationale Kommunikationsberatung. 20 Jahre bei Edelman, zuletzt als Vice Chair Global Client Management und Vice Chair Asia Pacific mit Sitz in Mumbai.

**Die PR-Branche gilt als Frauenbranche ...** In Hannover, wo ich internationales Kommunikationsmanagement im Masterstudiengang lehre, sind 80 % der Studierenden weiblich. Etwa 65 % der Kommunikations-Kolleg\*innen weltweit sind weiblich. Dennoch: An der Spitze von Agenturen und Kommunikationsabteilungen sind in der Mehrzahl Männer. Das kann niemand auf einen Mangel an weiblichen Kandidaten zurückführen.

**Frauen kommunizieren anders ...** Wir hätten „gewonnen“, wenn wir Input und Output unabhängig von Geschlecht, Herkunft und Ausbildung bewerten würden. Das wird aber so schnell nicht passieren. Vorurteile stärken den Status quo, deshalb werden sie gern genommen. Meine Berater- und Asienerfahrungen sagen mir: Vielfältige Perspektiven auf ein Problem führen zu besseren Lösungen und den entsprechenden wirtschaftlichen Erfolg.

**Berufliche Netzwerke und Mentoring für Frauen ...** sind wichtig für Karriere und Inspiration. Es gibt eine große Zahl von Männernetzwerken (de facto all jene mit > 90 % Männeranteil). Frauen haben da Nachholbedarf. Deshalb haben wir unser internationales Netzwerk der führenden Kommunikatorinnen gegründet. Austausch und Stärkung auf Augenhöhe, ohne das Gefühl „the odd one out“ zu sein.

**Meine Zeit in Asien hat mich geprägt, ...** weil sie mir den nötigen Perspektivwechsel in unserem oft sehr angloamerikanisch oder deutsch geprägtem Geschäft ermöglicht hat. Ich fungierte als Brücke zwischen den oft verkannten Notwendigkeiten der Tochtergesellschaften in ganz Asien und den „Ansagen“ der Headquarter von Kunden in Europa oder den USA.

**Mit Asien verbindet mich noch heute ...** das umfassende Netzwerk meiner eigenen Beratungsfirma in den verschiedenen Regionen. Wir gleichen Anliegen der deutschen Kunden mit den Anforderungen der Länder ab, beraten auch Start-ups, die nach Deutschland kommen. Ich habe geholfen, GWPR im letzten Jahr in Indien aufzubauen und bin sehr regelmäßig in Kontakt mit Freunden und Geschäftspartnern in Indien und ganz Asien.

**Auf dem roten Teppich ...** ist man in meinem Beruf eher weniger – von Ausnahmen abgesehen (meine PR-Jurytätigkeit beim internationalen Kreativitätswettbewerb in Cannes). Es geht eher darum, Kunden zu unterstützen, sich als Führungskraft und ihre Unternehmen geschäftsfördernd zu profilieren. Die Anforderungen im Zeitalter der digitalen Medien sind komplex geworden, so mancher zieht sich da lieber vom roten Teppich zurück. Das ist jedoch keine Lösung.

**Mein größtes Vorbild in der Kindheit war ...** meine Familie, meine Eltern, meine Großeltern. Kriegs- und Nachkriegsgeneration, geflüchtet, eine neue Existenz aufgebaut, immer wieder etwas aus dem Leben gemacht und dabei die Sorge um Andere nicht aus den Augen verloren.

**Besonders geprägt hat mich auf meinem bisherigen Werdegang ...** meine Zeit als Geschäftsführerin von Edelman Deutschland und die Chance, ein profitables Geschäft mit knapp 200 Mitarbeitern aufzubauen. Da zählte, was am Ende rauskam. Das hilft mir als Beraterin, die Kunden in ihrer Gesamtverantwortung mit Kommunikation zu unterstützen.

**Emanzipation bedeutet für mich ...** Freiheit und Gleichberechtigung für alle. Unabhängigkeit von den (Vor-)Urteilen Anderer. Da haben wir noch einen weiten Weg vor uns.

**Positiv konnte ich der Corona-Krise abgewinnen, ...** dass es einen Digitalisierungsschub gab. Generationsunabhängig auf Zoom unterwegs zu sein, ist ein Riesensfortschritt.

**Ein wertvoller Rat, der in keinem Buch zu finden ist, ...** es kann alles auch ganz anders sein, als du denkst.



## Termine/Impressum

### JULI

**14/07**

Abfallwirtschaft und Recycling auf den Philippinen

→ **Webinar**

### SEPTEMBER

**08/09**

„Perspektiven für eine zeitgemäße China-Politik“  
Veranstaltung mit der Körber-Stiftung

→ **Hamburg**

**09-11/09**

10. OAV Young Leaders Jahreskonferenz

→ **Online**

**17-18/09**

Ambassadors-in-Dialogue

→ **Rheinland-Pfalz**

### OKTOBER

**19/10**

17. Asien-Pazifik-Konferenz der Deutschen Wirtschaft

→ **Online**

### NOVEMBER

**04/11**

5. Deutsch-Asiatischer Wirtschaftsdialog

→ **Berlin/Online**

**06/11**

Gremiensitzungen (Präsidium und Vorstand)

→ **Hamburg/Online**

**06/11**

Mitgliederversammlung mit Neuwahlen

→ **Hamburg**

**22-27/11**

OAV-/AHK-Unternehmerreise nach Nepal

→ **Kathmandu & Lumbini**

### NOVEMBER/DEZEMBER

**30/11-04/12**

Beschaffungsreise nach Sri Lanka

→ **Sri Lanka**

→ **Nähere Infos:** [www.oav.de/termine/aktuelle-veranstaltungen](http://www.oav.de/termine/aktuelle-veranstaltungen)

#### IMPRESSUM

Insight Asia-Pacific 2/2020

#### HERAUSGEBER

OAV, Bleichenbrücke 9, 20354 Hamburg,  
Tel: +49 40 35 75 59-0, Fax: +49 40 35 75 59-25, E-Mail: [oav@oav.de](mailto:oav@oav.de), Internet: [www.oav.de](http://www.oav.de)

#### REDAKTION

Almut Röbner (ViSdP), Fenja Gatz, Norman Langbecker, Daniel Müller, Anna Nguyen Pham, Felix Rust, Barbara Schmidt-Ajayi

#### AUTOREN

Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier, Cora Bay, Philipp Bayat, Behn Meyer, Andrea Donath, Jochen Dreissigacker, Dr. Deborah Elms, Christine Falkenberg, Hans-Georg Frey, Thomas Köning, Cornelia Kunze, Dr. Meinrad Lugan, Uwe Michel, Daniel Müller

#### ART DIRECTION

Alphabeta GmbH, Hamburg

#### BILDNACHWEISE

iStock by GettyImages/erhui1979; Shutterstock (S.3); SAP, Clas Neumann (S. 4); SSK, Dr. Sabine Stricker-Kellerer (S. 4); Illies, Michael Illies (S. 4); PXN GmbH (S. 5); Shutterstock (S. 5); Allianz Global Corporate & Specialty (S. 3, 6-8); Allianz SE, Uwe Michel (S. 9); BPA/Steffen Kugler (S. 11); OAV (S. 11, 18, 23, 27); B. Braun, Dr. Meinrad Lugan (S. 15); leverist.de (S. 17); BAUER, Philipp Bayat (S. 19); Ospig (S. 20/21); Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH (S. 24-26); Council Foreign Relations (S. 28); Asian Trade Centre, Dr. Deborah Elms (S. 29); Peterson Institute for International Economics (S.29); Behn Meyer Holding AG (S. 30/31); Dreissigacker (S. 32); Isaac Stirling-Roessner (S. 32); i-sekai, Cornelia Kunze (S. 34); Fotolia (S.35)

#### DRUCK

Riemer GmbH & Co. KG

#### ERSCHEINUNGSWEISE

vierteljährlich

# 120

JAHRE OAV

Wir danken allen Sponsoren für die Unterstützung unseres Doppeljubiläums:

# 100.

OSTASIATISCHES  
LIEBESMAHL

GOLD



**BOSCH**

**CLAAS**



**LB BW**



**wilo**



**METRO**



SILBER



**KARL MAYER**

Rödl & Partner



**JUNGHEINRICH**

