

ZU ANDEREN UFERN

Es sollte nicht immer bloß China sein: Viele Unternehmen sind gut beraten, weitere Schwellenländer für ihre Beschaffung in Betracht zu ziehen. Dort eröffnen sich vielversprechende Möglichkeiten – auch für einige Hermes-Gesellschaften



China, China, China. Ob als Produktionsstandort, Beschaffungsmarkt oder Absatzmarkt, das Reich der Mitte ist für deutsche Unternehmen ein Top-Handelspartner. Sicher: Das wird in Zukunft so bleiben. Genauso gewiss: Die Bedingungen werden sich ändern. So schnellen die Lohnkosten in China jährlich um zehn bis 20 Prozent in die Höhe. Produktionsstandorte werden aus der Küstenregion ins strukturschwache Hinterland verlagert, neue Wirtschaftszentren wachsen heran. Der Wechselkurs des Renminbis, bisher aus politischem

Kalkül schwach gehalten, könnte steigen, chinesische Waren verteuern und damit den Kostenvorteil Chinas verringern.

Aus guten Gründen setzen Unternehmen deshalb nicht allein auf die chinesische Karte, sondern betätigen sich auch in anderen Schwellenländern als Einkäufer. Indien, die Türkei, Brasilien oder Thailand – diese Länder bieten Chancen, die Vorteilen in China entsprechen, sie teilweise sogar übertreffen, wie flexible Produktion, regionale Nähe und auch interessante Exportmärkte, die man über den Einkauf erschließen kann.

So verfügt Indien über eine große Zahl junger, Englisch sprechender, gut ausgebildeter Arbeitskräfte. Die Lohnkosten sind niedrig, gleichzeitig wachsen der Mittelstand und seine Konsumbedürfnisse. Ähnlich ist die Situation in Brasilien: Auf den ersten Blick ist das größte Land Südamerikas vor allem für Einkäufer von Rohstoffen und Nahrungsmitteln interessant, Eisenerz und Erdöl machen rund ein Viertel des Exports aus, Fleisch und Zucker je mehr als sechs Prozent. Gleichzeitig entwickelt sich Brasilien zu einem bedeutenden Absatzmarkt für Konsumgüter aller Art. Die Türkei verfügt über starke

Für viele Schwellenländer zählt Europa zu den wichtigsten Handelspartnern. Doch die Binnenmärkte und regionalen Märkte, etwa in Asien, werden selbst immer bedeutender – Hermes stellt sich darauf ein

Industrien, etwa im Textilsektor, die Wege nach Europa sind kurz. Thailand bescheinigen Experten eine hohe Technologiekompetenz.

Auch Hermes ist in den Schwellenländern präsent. Natürlich: Als traditionell handelsnah aufgestellter Logistik- und Servicedienstleister ist Hermes dort, wo seine Kunden Dienstleistungen benötigen. Die 1.800 Mitarbeiter von Hermes-OTTO International (H-OI) etwa suchen auf den Märkten der Welt nach hochwertigen Produkten und verlässlichen Lieferanten. Neben den Hauptsitzen in Hamburg und Hongkong knüpfen 29 Regionalbüros ein globales Netzwerk. H-OI beschränkt sich nicht darauf, in den Bereichen von Fashion, Home & Living Bezugsquellen zu erschließen. Vielmehr bietet das Unternehmen auch Inspektionskontrollen vor Ort an.

In den kommenden Jahren will Hermes seine Aktivitäten in China

und anderen Schwellenländern ausweiten. So plant Hermes Hansecontrol, seine Prüfdienstleistungen im Rahmen der Beschaffung außer im südchinesischen Dongguan mittelfristig auch in anderen chinesischen Wirtschaftszentren anzubieten. Es sollen auch solche Firmenkunden gewonnen werden, die ihre Waren in China für den chinesischen Markt produzieren. „Außerdem werden wir uns Schritt für Schritt in anderen Beschaffungsmärkten engagieren“, sagt Lutz Lehmann, Geschäftsführer von Hermes Hansecontrol.

Ähnliche Strategieüberlegungen verfolgt auch Hermes Transport Logistics (HTL). Die boomenden BRIC-Staaten haben gewaltige Binnenmärkte – und eine schwach entwickelte Transportindustrie. Bisher ist HTL in Brasilien, Russland, Indien und China über Partner vertreten, in Zukunft könnte das Unternehmen in eigener Regie aktiv werden.

