



Globus  
Erfinder: Martin Behaim  
Deutschland, 1492

Überblick. Made in Germany.  
Erfolgreich im Ausland mit der  
Sparkassen-Finanzgruppe.

Banking – Made in Germany.

# Vorwort.

## **Tradition soll ein Sprungbrett sein, aber kein Ruhekitzen.**

*Harold Macmillan (1894 - 1986), brit. Politiker und Verleger, 1957 - 1963 Premier*

Bereits zum dritten Mal in Folge finden im März 2010 wieder die Internationalen Aktionswochen bei Ihnen, den Sparkassen in Deutschland, statt – das ist schon fast richtige Tradition. Als LBBW haben wir uns bei den letzten beiden Aktionswochen sehr gefreut, dass wir Ihre Marketingaktionen, insbesondere Ihre Kundenveranstaltungen, mit unserer Expertise im Internationalen Geschäft so umfangreich begleiten durften.

Trotz Restrukturierung gilt Eines weiterhin: die enge Partnerschaft mit den Sparkassen ist wesentlicher Inhalt unseres Geschäftsmodells. Das war so und das bleibt so. Wir werden Ihnen weiterhin ein Leistungsspektrum anbieten, mit dem Sie Ihre Firmenkunden zuverlässig in internationale Märkte begleiten. Einen wesentlichen Anteil haben dabei unsere Auslandsstandorte. In Asien und den Amerikas bleiben alle Ansprechpartner für Sie und Ihre Kunden vor Ort. In Europa bleiben wir in Wien, Zürich und Moskau. Und für alles andere finden wir Lösungen, wie wir Sie und Ihre Kunden auch weiterhin bestens begleiten und unterstützen.

Zurück zu den Aktionswochen:

Für die nächsten Aktionswochen werden wir unser Angebot nicht einfach – der Tradition folgend – fortführen, sondern verändern. Wir haben **Schwerpunktthemen** definiert, bei denen wir der Meinung sind, dass sie Ihre Kunden genauso stark beschäftigen wie unsere.

Im diesjährigen Katalog wollen wir einen besonderen Fokus auf die Partnerschaftsidee zwischen Sparkassen und LBBW legen. Das sogenannte „Sparkassen-AKB-Konzept“ hat in den letzten Monaten gezeigt, dass wir damit ein gutes Instrument für viele Sparkassen haben, ihre Kunden nicht nur national, sondern auch international konsequent zu begleiten – und damit im Verbund zu halten.

Des Weiteren stellen wir **ausgewählte Länder und Regionen** in den Mittelpunkt und beleuchten sie von verschiedenen Blickwinkeln aus.

Drittes Schwerpunktthema sind die **German Centres** – kein Banking als solches und insofern immer ein gute Möglichkeit darzustellen, wie Unternehmen im Ausland „wohlbehütet“ Fuß fassen können.

Krise hin oder her: Das Internationale Geschäft ist und bleibt bei unseren Unternehmen **integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie**. Sprechen wir also darüber, dass die Sparkassen im Verbund mit der LBBW auch dafür der richtige Finanzpartner sind!

Wir hoffen, dass wir mit unserem Angebot wieder richtig liegen – und freuen uns auf positive Resonanz.

Beste Grüße



*Michael Horn  
Stv. Vorsitzender  
des Vorstands*



*Dr. Peter A. Kaemmerer  
Mitglied des Vorstands*

Landesbank Baden-Württemberg  
Im November 2009

# Inhalt.

## Workshops für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Sparkassen.

- 1. Workshops und Erfahrungsaustausch. 5**

## Referentenpool für Ihre Kundenveranstaltungen.

- 2. Sparkassen und LBBW: 8**  
Partner im Internationalen Geschäft.
- 3. Bestens vernetzt: 10**  
Der LBBW International Desk.
- 4. Russland: 11**  
Nutzen Sie die Gunst der Stunde.
- 5. Indien: 14**  
Dem Tiger auf der Spur.
- 6. Naher und Mittlerer Osten: 16**  
Öl oder Sand im Getriebe?
- 7. Österreich und Schweiz: 18**  
Möglichkeiten vor der Haustür.
- 8. Lateinamerika: 20**  
Brasilien und Mexiko im Fokus.
- 9. Die German Centres: 22**  
Beste Startbedingungen in schwierigen Märkten.
- 10. Weitere Themen im Überblick. 25**

## Sonstiges.

- 11. Publikationen und Infomaterial. 27**
- 12. Buchungs- und Bestellformulare. 29**
- Anhang: Pressestimmen.**

### **Sie haben Fragen?**

In jedem Kapitel finden Sie einen Ansprechpartner für das Referat oder das Themenfeld. Bitte kontaktieren Sie den Ansprechpartner zur Klärung Ihrer Fragen.

### **Sie brauchen noch Ideen, wie Sie Ihre Veranstaltung gestalten können?**

Gerne kommen Sie auf Ute Papadopoulos, Telefon 0711 127 76220, E-Mail: ute.papadopoulos@LBBW.de zu, um Möglichkeiten zu besprechen. Zum Teil können wir auch externe Referenten für bestimmte Themenfelder (z.B. Kultur, Recht) vermitteln.

### **Kosten:**

Für die Referenten der LBBW fallen keine Honorare an. Wir bitten Sie, Fahrtkosten und evtl. Übernachtungskosten für die Referenten zu übernehmen.

### **Sie haben Interesse am Angebot?**

Im Teil 12 dieses Heftes finden Sie Buchungs- und Bestellformulare für die Teilnahme bei den Workshops, zur Buchung von Referenten oder Bestellung von Informationsmaterial.

### **Termine:**

**Workshop Blick hinter die Kulissen des Internationalen Geschäfts:**

**Bitte melden Sie sich bis 17. Februar 2010 an!**

**Referentenbuchung für Ihre eigenen Kundenveranstaltungen:**

**Bitte buchen Sie Referenten möglichst bis 22. Januar 2010!**

# 1. Workshops und Erfahrungsaustausch.

## Zentrale Workshops.

### **Workshop 1: Blick hinter die Kulissen des Internationalen Geschäfts der LBBW.**

Mit den gleichen Themen erneut im Angebot:  
Im „Blick hinter die Kulissen des Internationalen  
Geschäfts der LBBW“ verschaffen Sie sich einen  
Überblick über die Facetten des Internationalen  
Geschäfts im Leistungsverbund mit der LBBW:

- Auslandsnetzwerk
- Länderbetreuung
- Produkte
- Serviceleistungen
- Best Practice-Beispiele von Sparkassen

Gerne melden Sie sich, wenn Sie vorab eine  
Agenda möchten.

### **Termin Stuttgart:**

9. März 2010, 9.30-17.15 Uhr  
Anmeldeschluss: 17. Februar 2010

Veranstaltungsort: Kunden- und Konferenzzent-  
rum Königstraße 3, Stuttgart

### **Termin Mainz und Leipzig:**

Bitte melden Sie sich bis 15. Januar 2010 bei  
Interesse bei Bettina Salat, Telefon 0711 127-  
79198

Bei ausreichender Anzahl an Interessenten wer-  
den wir Termin und Veranstaltungsort festlegen.

### **Zielgruppe:**

Leiter und Berater aus Firmenkunden- und Aus-  
landsgeschäft  
Teilnehmerzahl: max. 30 pro Veranstaltung

### **Referenten:**

Mehrere Referenten aus verschiedenen Bereichen  
des Internationalen Geschäfts der LBBW und ver-  
schiedener Sparkassen.

### **Anmeldung:**

Siehe Teil 12: Anmeldeformular.

### **Ansprechpartner:**

Bettina Salat  
Telefon: 0711 127 79198  
E-Mail: [bettina.salat@LBBW.de](mailto:bettina.salat@LBBW.de)

## Dezentrale Workshops.

### **Workshop 2: Vertriebsansätze: Internationales Geschäft ist Firmenkundengeschäft!**

Individuell nach Ihren Wünschen gestalten wir Workshops für die Firmenkundenberater Ihrer Sparkasse.

Ziel: Vertriebsansätze erkennen, Marktchancen nutzen!

### **Termine und Ort:**

Bitte informieren Sie uns, wann und wo Sie den Workshop durchführen wollen.

### **Zielgruppe:**

Firmenkundenberater der Sparkasse

### **Referent:**

René Küpper (Head of Trade Finance Sparkassen, LBBW, Stuttgart)

Telefon: 0711 127 79054

E-Mail: rene.kuepper@LBBW.de

### **Workshop 3: LBBW Export Management.**

Das LBBW Export Management übernimmt für Unternehmen die Zusammenstellung der Dokumente und die komplette Abwicklung von Dokumentenakkreditiven. Dieser Workshop gibt einen umfassenden Überblick über die Leistungen und zeigt die Vorteile für Ihr Kundengespräch auf.

### **Termine und Ort:**

Bitte informieren Sie uns, wann und wo Sie den Workshop durchführen wollen.

### **Zielgruppe:**

Firmenkunden- und Auslandsberater der Sparkasse

### **Referentin:**

Marion Klay (Steuerung Trade and Export Finance, LBBW, Stuttgart)

Telefon: 0711 127 41119

E-Mail: marion.klay@LBBW.de

**Workshop 4:  
Risikomanagement und Lösungsansätze im  
Internationalen Geschäft.**

Dieser Workshop bietet einen aktuellen Überblick über die systematische Risikobetrachtung im kommerziellen Auslandsgeschäft und zeigt anhand von Beispielen Lösungsansätze auf.

**Termine und Ort:**

Bitte informieren Sie uns, wann und wo Sie den Workshop durchführen wollen.

**Zielgruppe:**

Firmenkunden- und Auslandsberater der Sparkasse

**Referent:**

Wolfgang Lubitz (Head of Steuerung Trade and Export Finance, LBBW, Stuttgart)

Telefon: 0711 127 41111

E-Mail: [wolfgang.lubitz@LBBW.de](mailto:wolfgang.lubitz@LBBW.de)

**Sie wollen einen Workshop in Ihrer Sparkasse durchführen?**

Dann bitten wir Sie um Kontaktaufnahme mit Waltraud Mai

Telefon: 0711 127 70553

E-Mail: [waltraud.mai@LBBW.de](mailto:waltraud.mai@LBBW.de)

## 2. Sparkassen und LBBW: Partner im Internationalen Geschäft.

### **Nähe + Netzwerk = Mehrwert.**

*René Küpper, Leiter Trade Finance Sparkassen, LBBW.*

Deutsche Unternehmen sind international gut aufgestellt. Im Zuge der aktuellen weltweiten Konjunkturkrise richten zwar viele Unternehmen ihr Auslandsengagement neu aus – es bleibt aber in den meisten Fällen fest in der Geschäftsstrategie verankert. Das Auslandsgeschäft bietet Unternehmen langfristige Chancen, die Unternehmen für sich nutzen wollen.

Auslandsengagierte Unternehmen brauchen zur finanziellen Begleitung ihrer Aktivitäten eine Bank mit internationaler Ausrichtung und internationalen Finanzlösungen. Im Verbund mit der LBBW lassen sich die Kernkompetenzen zweier starker Partner fair miteinander kombinieren: Die Sparkasse wirft ihre Position als regionaler Partner des Unternehmens, die LBBW ihr internationales Netzwerk und Know-how im Auslandsgeschäft in die Waagschale. Mit dem einfachen Ergebnis: Die Sparkasse bleibt auch im internationalen Geschäft zuverlässiger Partner ihres Firmenkunden, weil sie auch dort leistungsfähig ist.

Das LBBW-Team „Trade Finance Sparkassen“ ist Ansprechpartner erster Wahl für die Firmen- und Auslandskundenberater der Sparkassen. Die Kolleginnen und Kollegen des Teams stellen anhand der Entwicklung des Unternehmenskunden die Probleme und Leistungen im Auslandsgeschäft dar.



*Von rechts nach links: René Küpper, Werner Stellrecht, Mareike Offele, Tobias Bauer, Markus Schirle, Nicolas Rosenzweig, es fehlt Waltraud Mai*

### Referate und Referenten rund um die Partnerschaft zwischen Sparkassen und LBBW:

#### **Referat 1:**

#### **International gut ankommen – mit Ihrer Sparkasse.**

Nutzen Sie die Aktionswochen, Ihren Kunden bei einem Business-Frühstück oder einer Abendveranstaltung zu zeigen, wie kompetent sie von Sparkassen und LBBW im Verbund auch im Internationalen Geschäft beraten und begleitet werden. Der Vortrag zeigt auf, wie die Zusammenarbeit funktioniert und bietet viele Praxisbeispiele und Erfahrungsberichte.

#### **Referent:**

René Küpper (Head of Trade Finance Sparkassen, LBBW, Stuttgart)

**Referat 2:**  
**Export Finance: Absicherung und Finanzierung von Zahlungszielen.**

Als Exportweltmeister bewegt die deutschen Unternehmen vor allem eines: Wie können Exporte finanziert werden? Was ist bei der Gestaltung in verschiedenen Ländern zu beachten? Das Referat gibt einen guten Einblick über die Möglichkeiten und Lösungsansätze in der Exportfinanzierung.

**Referent:**  
Werner Stellrecht (Trade Finance Sparkassen, LBBW, Stuttgart)

**Ansprechpartner für die Zusammenarbeit der Sparkassen und der LBBW:**

Waltraud Mai  
Telefon: 0711 127 70553  
E-Mail: [waltraud.mai@LBBW.de](mailto:waltraud.mai@LBBW.de)

# 3. Bestens vernetzt: Der LBBW International Desk.

## **Jede Bankverbindung ist nur so gut, wie die Verbindungen der Bank sind.**

*Aus: Erfolgsgeschichten, LBBW.*

Wer die ersten Schritte in die internationalen Märkte macht oder sein Engagement ausbauen möchte, braucht vor allem eines: richtige und umfassende Informationen über Länder, Märkte, Branchen oder Geschäftspartner. Wer hier schnell und kompetent Auskunft und Hilfestellung bieten kann, baut seine Position als Partner für das internationale Geschäft der Firmenkunden aus.

Der LBBW International Desk ist bei der Begleitung von Kunden ins Ausland Ansprechpartner Nr. 1 für Sparkassen. Dem LBBW International Desk steht ein umfangreiches, weltweites Netzwerk zur Verfügung wie bspw. der S-CountryDesk, das S-Auslandsforum, der EuropaService, die Netzwerke von Kammern, Verbänden, Wirtschaftsfördereinrichtungen und, und, und. So kann der LBBW International Desk ganz gezielt Antworten und Lösungen für jede individuelle Kundenanfrage recherchieren und bereitstellen.

Die Leistungen des LBBW International Desk im Überblick:

- Kooperationspartnersuche im Ausland:
  - Zugriff auf EU-geförderte Kooperationsbörsen über den EuropaService des DSGVO.
  - Kontakt zu AHKs u.v.m.
- Kontoeröffnungen im Ausland: Beratung und Information zu Kontoeröffnungen für Unternehmen und Privatpersonen.
- Investitionsrahmenbedingungen:
  - Bereitstellung von Länder-, Markt- und Brancheninformationen.
  - Umfassendes Länder-Know-how für Mexiko, Vietnam, Korea und Indonesien im S-CountryDesk.
- Öffentliche Ausschreibungen weltweit:
  - Datenbankrecherchen.
  - Abbonementservice (auf alle im Amtsblatt der EU verfügbaren Informationen).
- Handelsregisterauszüge weltweit: Beratung/Unterstützung bei der Beschaffung von Handelsregisterauszügen ausländischer Unternehmen.

## Referat und Referenten des LBBW International Desk:

### **Referat 3: Bestens vernetzt: Der LBBW International Desk.**

Das Referat zeigt Unternehmen auf, wie sie an verlässliche Informationen oder Geschäftspartner im Ausland kommen können.

**Hinweis:**  
Gerne stellen Sabrina Keller und Ann-Katrin Zink den LBBW International Desk auch den Sparkassen-Beratern vor. Bei Interesse nehmen Sie bitte Kontakt mit dem Ansprechpartner auf.

**Referenten:**  
Sabrina Keller (International Offices and Services, LBBW, Stuttgart)  
Ann-Katrin Zink (International Offices and Services, LBBW, Stuttgart)

**Beachte:**  
Vortragsdauer 30 Minuten. Empfehlung: Kombination mit anderen Referaten oder Workshops.

**Ansprechpartner für den LBBW International Desk:**  
Ann-Katrin Zink  
Telefon: 0711 127 74554  
E-Mail: [ann-katrin.zink@LBBW.de](mailto:ann-katrin.zink@LBBW.de)

# 4. Russland: Nutzen Sie die Gunst der Stunde.

**Die Russen merken sich, wer in schwierigen Zeiten zu ihnen gehalten hat. Die deutschen Unternehmen haben deshalb in Russland einen Ruf wie Donnerhall.**

*Dr. Andrea von Knoop, Ehrenvorsitzende der Deutsch-Russischen AHK*

Am deutschen Export nach Russland hängen rund 70.000 Arbeitsplätze, rund 6.000 deutsche Unternehmen sind in Russland präsent über Handelsvertreter, Vertriebsbüros, Niederlassungen, Tochtergesellschaften und Joint Ventures. Etwa 95% davon sind Mittelständler. Die Krise jedoch hat Russland und damit die deutschen Unternehmen hart getroffen. So sind bspw. die Exporte in 2009 um rund 30% eingebrochen. Die Krise hat der russischen Regierung aber auch gezeigt, dass die Modernisierung und vor allem Diversifizierung der Wirtschaft eine vordringliche Rolle spielt. Russland kann in Zukunft nicht allein auf Öl und Gas bauen. Dies ist eine besondere Chance – gerade auch für deutsche Mittelständler!

Deshalb stellen Unternehmen sich derzeit auch nicht die Frage, sich vom Russlandgeschäft zurückzuziehen. Fast alle deutschen Unternehmen halten am Zukunftsmarkt Russland fest und rechnen mit einer Trendwende in den nächsten sechs bis zwölf Monaten. Viele suchen in der Krise ihre Chance, die eigene Position auszubauen und sich als Partner für die Modernisierung Russlands anzubieten. Dies ist

eines der wichtigsten Ergebnisse der jüngsten Umfrage des Ost-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft, in der über 100 Unternehmen zu den Perspektiven des russischen Marktes befragt wurden.

Allerdings ist Russland ein sehr schwieriger Markt. Nicht umsonst nennt man Russland auch „Das Land der unbegrenzten Unmöglichkeiten“. Verhandlungspartner sind hartgesotten, Sprache und Kultur überraschend, die Bürokratie ist enorm – um nur ein paar wenige Herausforderungen zu nennen. Gründliche Vorbereitung, professionelle Partner und vor allem ein reicher Schatz an Erfahrungen, von denen Firmen beim Aufbau ihres Russlandgeschäfts profitieren können, sind beste Voraussetzungen für ein erfolgreiches Russland-Engagement!



## Referate und Referenten rund um Russland:

**Referat 4:  
Gründung einer Gesellschaft in Russland –  
ein Erfahrungsbericht.**

Die Gründung einer Gesellschaft in Russland ist ein komplexes Unterfangen und hält viele Überraschungen bereit. Irina Rausch gibt ihren reichen Erfahrungsschatz aus dem Aufbau der LBBW Repräsentanz Moskau, dem German Centre Moscow und vielen Gesprächen mit Unternehmen weiter.

**Referentin:**  
Irina Rausch (German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Referat 5:**  
**German Centre Moscow – mitten im russischen Markt.**

Russland hat große Anziehungskraft für ausländische Unternehmen – die Abkühlung der Wirtschaft kann eine günstige Startzeit sein. Ab 2010 kann unternehmerisches Engagement vom German Centre Moscow aus angegangen werden. Lernen Sie das German Centre Moscow mit seinen Facetten kennen.

**Referat 6:**  
**Russland:**  
**Potenziale für deutsche Unternehmen.**

Wie ist die aktuelle wirtschaftliche Situation in Russland, welche Chancen und Risiken bestehen für deutsche Unternehmen, welche Netzwerke unterstützen vor Ort, wie können Geschäfte gestaltet und finanziert werden? Antwort auf diese und viele andere Fragen mehr gibt Burkhard Flüss.

**Ergänzungsreferat 6a: Förderprogramme:**  
Vorstellung der Förderprogramme russischer Regionen für Unternehmen und Rahmenbedingungen für die Ansiedlung in Sonderwirtschaftszonen.

**Referat 7:**  
**Export Finance: Absicherung von Finanzierung und Zahlungszielen in Russland.**

Der Vortrag beleuchtet, wie Exporte nach Russland finanziert und Zahlungen sichergestellt werden können.

**Referenten:**  
Stephan Weiss (Geschäftsführer German Centre Moscow, Russland, vom 01. – 05. März 2010 in Deutschland)  
Irina Rausch (German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Referent:**  
Burkhard Flüss (Chief Representative, LBBW Repräsentanz Moskau, Russland, vom 22. – 26. März 2010 in Deutschland)

**Referent:**  
Jochen Ahting (EU-Fördermittel und Refinanzierung Förderkreditgeschäft, LBBW, Stuttgart)

**Referent:**  
Werner Stellrecht (Trade Finance Sparkassen, LBBW, Stuttgart)

**Referat 8:****Russland / GUS: Absicherungs- und Finanzierungsmöglichkeiten für Exporteure und Investoren.**

Russland sowie die GUS sind auf ganz unterschiedliche Art von der Krise betroffen. Wie die LBBW in der aktuellen Situation deutsche Unternehmen bei der Finanzierung und Absicherung ihrer Handelsgeschäfte und Investitionen unterstützen kann, zeigt dieser Vortrag auf.

**Referenten:**

Monika Wöhrmann (Relationship Management Central and Eastern Europe / CIS, LBBW, Stuttgart)

Sardor Kholmakhmadov (Relationship Management Central and Eastern Europe / CIS, LBBW, Stuttgart)

Ralf Böpple (nur Russland, Relationship Management Central and Eastern Europe / CIS, LBBW, Stuttgart)

Bei Buchung bitten wir Sie, uns Ihren Interessen- / Länderschwerpunkt zu nennen, um unsere Vorbereitung maßzuschneidern.

**Ansprechpartner für Russland:**

Ute Papadopoulos

Telefon: 0711 127 76220

E-Mail: [ute.papadopoulos@LBBW.de](mailto:ute.papadopoulos@LBBW.de)

# 5. Indien: Dem Tiger auf der Spur.

**Wer auf die Jagd nach einem Tiger geht, muss damit rechnen, einen Tiger zu finden.**

*Indische Weisheit.*

Während die großen Industrienationen tief im Konjunkturloch stecken, kommen Schwellenländer wie China, Indien oder Indonesien schneller aus der Rezession. Konjunkturell haben es die Schwellenländer also geschafft, sich von der weltweiten Entwicklung abzukoppeln. Für Indien sind die Perspektiven sehr erfreulich: in 2009 wird die Wirtschaft voraussichtlich um etwa 6% wachsen, mittelfristig trauen die Ökonomen den Indern zu, China zu überholen.

Kaum ein anderes Land weist aber solche Gegensätze auf wie Indien: es ist rückständiges Agrarland mit katastrophal schlechter Infrastruktur, zugleich aufsteigende Industrienation, die sich wie im Zeitraffer zum globalen Spieler aufschwingt.

Deutsche Unternehmen werden in Indien überall mit offenen Armen empfangen. In den Branchen Handel, Transport, Kommunikation, dem Dienstleistungssektor oder auch dem Baugewerbe sehen Experten die großen Wachstumspotenziale. Ein Engagement in Indien setzt aber einen langen Atem voraus: das indische Verständnis von Qualität, Zeit, Abläufen und geschäftlichen Usancen hält überall Überraschungen bereit.

Der Reiz Indiens ist hoch, die Herausforderung mindestens genauso. Wer sich mit dem indischen Tiger im Vorfeld gut auseinandersetzt, weiß aber dann auch, ihn zu bändigen!

## Referate und Referenten rund um Indien:

### **Referat 9:**

**German Centre Delhi.Gurgaon - im Zentrum guter Kontakte.**

Indien gehört zu den Tempomachern der Weltwirtschaft und bietet für deutsche Unternehmen enorme Potenziale. Wer ein Indien-Engagement plant, kann seit Herbst 2008 das neue German Centre in Delhi.Gurgaon als Ausgangspunkt nutzen.

### **Referat 10:**

**In der Ferne zu Hause - German Centres weltweit.**

Die Idee der „Deutschen Häuser“ erweist sich als Erfolgsrezept für deutsche Unternehmen, die im Ausland Fuß fassen wollen. Vorteile, Dienstleistungen und Services der German Centres, untermauert mit Erfahrungsberichten, sind Inhalt des Referates.

### **Referenten:**

Nadine Ulrich (Geschäftsführerin German Centre Delhi.Gurgaon, Indien, vom 01. - 05. März 2010 in Deutschland)

Katharina Burk (Head of German Centres, LBBW, Stuttgart)

### **Referenten:**

Vera Brielich (German Centres, LBBW, Stuttgart)

Katharina Burk (Head of German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Referat 11:**  
**Indien: Absicherungs- und Finanzierungsmöglichkeiten für Exporteure.**

Wie die LBBW in der aktuellen Situation deutsche Unternehmen bei der Finanzierung und Absicherung von Handelsgeschäften unterstützen kann, zeigt dieser Vortrag auf.

**Referat 12:**  
**Besonderheiten im Akkreditivgeschäft mit Indien.**

Was ist beim Akkreditivgeschäft mit Indien zu beachten? Welche Besonderheiten sind zu berücksichtigen, um alle Risiken von vornherein auszuschließen? Der Vortrag erklärt anschaulich die Lösungsmöglichkeiten anhand praktischer Beispiele aus dem Alltag.

**Referent:**  
Werner Stellrecht (Trade Finance Sparkassen, LBBW, Stuttgart)

**Referent:**  
Michael Hennecke (Head of Relationship Management Asia, Near and Middle East, Latin America, LBBW, Stuttgart)



**Ansprechpartner für Indien:**  
Ute Papadopoulos  
Telefon: 0711 127 76220  
E-Mail: [ute.papadopoulos@LBBW.de](mailto:ute.papadopoulos@LBBW.de)

## 6. Naher und Mittlerer Osten: Öl oder Sand im Getriebe?

### **In schlechten Zeiten schaut der Markt verstärkt auf Qualität.**

*Geoffrey Lovell, Senior Executive Officer, LBBW Dubai Office.*

Die Staaten am arabischen Golf gehören zu den Boomregionen der Welt. Um sich unabhängiger zu machen von Öl und Erdgas forcieren viele Staaten in der Region die Modernisierung und Diversifizierung ihrer Wirtschaft. Dubai hat sich dabei zwischenzeitlich zum Hub für die gesamte Region entwickelt. Viele Unternehmen, die in der Region tätig sind, kommen nicht nur wegen Dubai. Vielmehr kommen sie auch wegen der benachbarten Märkte wie Saudi-Arabien, Syrien, Libyen, dem Yemen, aber auch Pakistan und Indien werden von Dubai aus erschlossen.

Damit ist die Region interessant für viele Branchen - insbesondere Unternehmen der Bau- branche, der Baustoffbereitstellung, aber auch der Kunststoff- und Medizintechnik.

Geschäftsmöglichkeiten ergeben sich aber auch für Maschinen- und Anlagenbauer, die Petrochemie oder die Stahlherstellung sowie aus der Realisierung von Infrastrukturprojekten wie bspw. der Wassergewinnung. Egal, um welche Projekte es geht, es gilt auch in der Krise: die Qualität deutscher Produkte wird jederzeit hoch geschätzt.



### Referate und Referenten rund um VAE und den Nahen und Mittleren Osten:

#### **Referat 13:**

#### **Spannungsfeld Nahost - in politischer, wirtschaftlicher und finanztechnischer Hinsicht.**

Chancen, Herausforderungen und Möglichkeiten in den Ländern im Nahen Osten beschreibt Geoffrey Lovell in seinem Vortrag und zeigt auf, was man in Betracht ziehen muss, um Geschäfte in der Region voranzutreiben.

#### **Referent:**

Geoffrey Lovell (Senior Executive Officer, LBBW Dubai Office, LBBW, Dubai, vom 22. - 26. März 2010 in Deutschland)

**Referat 14:**

**Naher und Mittlerer Osten: Absicherungs- und Finanzierungsmöglichkeiten für Exporteure.**

Wie die LBBW in der aktuellen Situation deutsche Unternehmen bei der Finanzierung und Absicherung von Handelsgeschäften unterstützen kann, zeigt dieser Vortrag auf.

**Referenten:**

Markus Kury und Volkan Kursun (Relationship Management Asia, Near and Middle East, Latin America, LBBW, Stuttgart)  
Werner Stellrecht (Trade Finance Sparkassen, LBBW, Stuttgart)

**Ansprechpartner für VAE / Naher und Mittlerer Osten:**

Ute Papadopoulos

Telefon: 0711 127 76220

E-Mail: [ute.papadopoulos@LBBW.de](mailto:ute.papadopoulos@LBBW.de)

# 7. Österreich und Schweiz: Möglichkeiten vor der Haustür.

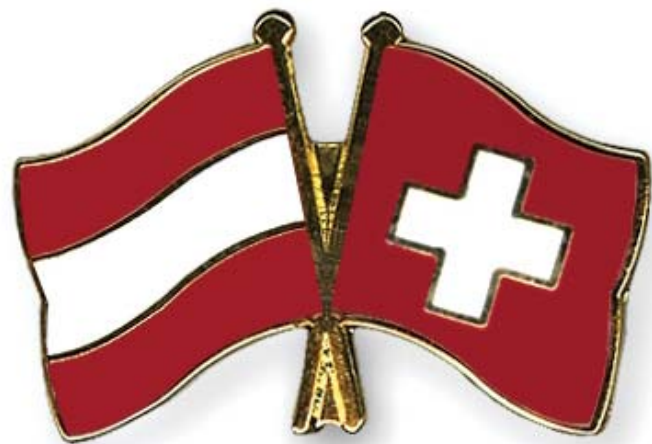
## **Expect Emotions.**

*Slogan der Fussball-EM 2008.*

In 2008 waren die Schweiz und Österreich in Europas Munde – gemeinsam haben sie die Fußball-EM ausgetragen. Wegen ihrer wirtschaftlichen Verflechtung mit Deutschland sind die beiden Alpenländer weniger häufig im Gespräch. Zu Unrecht! Denn immerhin gingen in 2008 etwa 10% der deutschen Exporte in diese Länder, die Quote der baden-württembergischen Unternehmen liegt deutlich höher. Allzu häufig richtet sich das Augenmerk auf die großen Wachstumsmärkte in Osteuropa, Asien oder Lateinamerika. Dabei vergessen wird manches Mal, dass unsere nächsten Nachbarn eine wichtige Stütze unseres Außenhandels sind, dort viele deutsche Unternehmen vor Ort sind – und einen aktiven Beitrag zu beiden Volkswirtschaften leisten.

Österreich gehört zur EU, die Schweiz hat mit dem Franken noch immer eine Alternative zum Euro, Österreich ist das Tor nach Osteuropa, die Schweiz eines der reichsten Länder welt-

weit, die Schweizer sind schnell per Du, die Österreicher legen Wert auf Titel – es gibt einige Gemeinsamkeiten, aber auch eine Vielzahl von Unterschieden, die ein Engagement in der Schweiz oder in Österreich erleichtern, aber nicht immer ganz einfach machen. Die LBBW Repräsentanten aus Wien und Zürich portraituren die beiden Länder – und sprechen über die Möglichkeiten für deutsche Unternehmen.



## Referate und Referenten rund um Österreich und die Schweiz:

### **Referat 15:**

#### **Die Nachbarn: Schweiz und Österreich.**

Schweiz und Österreich liegen genau vor unserer Haustüre – und gehören nach wie vor zu den wichtigsten Handelspartnern Deutschlands. Obwohl wir (fast) die gleiche Sprache sprechen, gibt es doch viele Unterschiede im Geschäftsgebaren. Der Vortrag erläutert in praktischen Beispielen, wie die LBBW-Repräsentanten Unternehmen in die Schweiz und nach Österreich begleiten.

### **Referenten:**

Arnold Bubeck (Chief Representative, LBBW Repräsentanz Wien, Österreich, **vom 22. – 26. März 2010 in Deutschland**)

Reinhard Pasch (Chief Representative, LBBW Repräsentanz Zürich, Schweiz, **vom 22. – 26. März 2010 in Deutschland**, andere Termine nach Absprache möglich)

**Referat 16:****Wien – das Tor nach Osteuropa.**

Wer Geschäfte mit den osteuropäischen Ländern machen will, findet eine optimale Ausgangsplattform in Wien, Österreichs Hauptstadt. Der Vortrag zeigt auf, welche Standortvorteile Wien für ein Osteuropa-Engagement bietet und welche Netzwerke vor Ort sind.

**Ergänzungsreferat 16a: Förderprogramme:**

Ein wesentliches „Schmankerl“ für potenzielle Investoren stellt die umfangreiche Förderlandschaft in Österreich dar – und auch in den angrenzenden neuen EU-Mitgliedstaaten sind die Fördertöpfe gut gefüllt.

**Referat 17:****Die Schweiz – Insel in Europa.**

Die Schweiz ist einziger Nachbar Deutschlands, der nicht in der EU organisiert ist. Das Referat erläutert, warum die Eidgenossenschaft mit ihrer Strategie so erfolgreich ist und welche Besonderheiten der Markt für deutsche Unternehmen zu bieten hat.

**Referenten:**

Arnold Bubeck (Chief Representative, LBBW Repräsentanz Wien, Österreich, **vom 22. – 26. März 2010 in Deutschland**)

Martin Heine (Relationship Management Mature Markets and Africa, LBBW, Stuttgart)

**Referent:**

Jochen Ahting (EU-Fördermittel und Refinanzierung Förderkreditgeschäft, LBBW, Stuttgart)

**Referent:**

Reinhard Pasch (Chief Representative, LBBW Repräsentanz Zürich, Schweiz, **vom 22. – 26. März 2010 in Deutschland**, andere Termine nach Absprache möglich)

Matthias Störmer (Relationship Management Mature Markets and Africa, LBBW, Stuttgart)

**Ansprechpartner für Österreich und Schweiz:**

Ute Papadopoulos

Telefon: 0711 127 76220

E-Mail: [ute.papadopoulos@LBBW.de](mailto:ute.papadopoulos@LBBW.de)

# 8. Lateinamerika: Brasilien und Mexiko im Fokus.

**Brasilien bedeutet Lebensfreude, sicher. Aber längst auch etwa Technologie. Doch wer weiß schon, dass beispielsweise die Frankfurter Börse mit brasilianischer Software arbeitet?**

*Peter Rösler, Lateinamerikaverein e.V.*

Kaum ein Land unterschätzen wir heute so wie Brasilien. China und Indien trauen wir die Hauptrolle im Weltwirtschaftsgeschehen zu. Brasilien sehen viele in einer Nebenrolle. Sicher, auch Brasilien kämpft mit der aktuellen Wirtschaftskrise – aber vergleichsweise geringer als beispielsweise die Europäer oder die Amerikaner. Vom Ruf als „ewigem“ Schuldner- und Inflationsland hat sich Brasilien in den letzten Jahren verabschiedet. So sind heute die brasilianischen Banken im internationalen Vergleich solide aufgestellt, die Auslandsinvestitionen haben ein hohes Niveau erreicht, Arbeitsplätze wurden neu geschaffen, die Inflation ist gesunken, die Wirtschaft wurde modernisiert. Und: Brasilien hat zwischenzeitlich vor allem eine ökonomisch stabile Mittelschicht. Daher ist auch die Binnenkonjunktur tragendes Element der brasilianischen Wirtschaft – und das macht Brasilien für ausländische Investoren besonders interessant.

Mexiko dagegen hat die Krise ähnlich hart getroffen wie Deutschland, da das Land ebenso exportorientiert ist. Wie schnell die Wirtschaft

sich erholt, hängt insbesondere von den USA ab: 80% der mexikanischen Exporte gehen dort hin. Im dritten Quartal 2009 wuchs die mexikanische Wirtschaft allerdings schon wieder um 2,9% gegenüber dem zweiten Quartal. Mit einem milliardenschweren Konjunkturpaket wurde auch in Mexiko die Wirtschaft gestützt. Außerdem sorgen Kreditlinien beim Internationalen Währungsfonds und die Bestätigung des Investmentratings dafür, dass die internationalen Investoren unverändert auf die Wirtschaft vertrauen. Bereits über 1.000 deutsche Unternehmen sind in Mexiko präsent, in 2009 und 2010 kommen immer noch neue dazu. Das enorme Potenzial durch die NAFTA-Mitgliedschaft, der 100 Mio. Einwohner große Binnenmarkt sowie die Bedeutung Mexikos als Drehscheibe für den nord- und südamerikanischen Markt lässt die Unternehmen langfristig am Standort Mexiko festhalten. Insbesondere für die Branchen Automobil, Maschinen, Engineering, Pharma und Medizintechnik, die traditionellen Stärken der deutschen Wirtschaft, ist Mexiko auch in Zukunft interessant.

Die LBBW begleitet deutsche Unternehmen in Lateinamerika mit Büros in Sao Paulo und Mexico-City. Mit der Gründung der Finanzierungsgesellschaft in Mexiko unterstützt die LBBW deutsche Unternehmen mit Krediten in USD und lokaler Währung. Zusammen mit der SüdLeasing in Mexiko und der LBBW Niederlassung New York hat die LBBW damit die Expertise, deutsche Kunden umfassend in Lateinamerika zu begleiten.

## Referate und Referenten rund um Lateinamerika:

### **Referat 18:**

#### **Mexiko: Drehscheibe für die Amerikas.**

Chancen und Risiken des mexikanischen Marktes als Ausgangspunkt für die Erschließung der NAFTA-Märkte beschreibt Volker Helms in seinem Vortrag. Er stellt ausführlich dar, was Unternehmen beachten müssen und wie die LBBW México dabei insbesondere mit Finanzierungslösungen unterstützt.

### **Referenten:**

Volker Helms (Managing Director, LBBW México, Mexiko, vom 15 - 19. März 2010 in Deutschland)

Pablo Barahona (Relationship Management Asia, Near and Middle East, Latin America, LBBW, Stuttgart)

**Referat 19:****Brasilien: Der grüne Riese ist wach.**

Wie ist die aktuelle wirtschaftliche Situation in Brasilien, welche Chancen stecken in der Volkswirtschaft – und vor allem: wie können deutsche Unternehmen sich bestmöglich in Brasilien positionieren? Erfahren Sie mehr über die Veränderungen und Potenziale Brasiliens für deutsche Unternehmen.

**Referat 20:****Lokale Finanzierungslösungen – Vorteile für deutsche Unternehmen mit Präsenz in Mexiko.**

Mit der Finanzierungsgesellschaft bietet die LBBW in Mexiko deutschen Töchtern lokale Finanzierungslösungen an. Die Kreditversorgung vor Ort bietet viele Vorteile: sie ist maßgeschneidert, berücksichtigt die besondere Situation der mexikanischen Tochter und bringt erhebliche steuerliche Vorteile für das deutsche Unternehmen.

**Referat 21:****Ein Standort – viele Märkte. Markterschließung über das German Centre México.**

Mexiko ist das Sprungbrett für die Erschließung der amerikanischen Märkte – im Norden und im Süden. Der Vortrag informiert über Land, Leute und Wirtschaft, ergänzt um praktische Erfahrungsberichte.

**Referenten:**

Cristian Oppen (Chief Representative, LBBW Representative Office Sao Paulo, Brasilien, **vom 22. – 26. März 2010 in Deutschland**)

Mariana Bormann (Relationship Management Asia, Near and Middle East, Latin America, LBBW, Stuttgart)

**Referent:**

Volker Helms (Managing Director, LBBW México, Mexiko, **vom 15 - 19. März 2010 in Deutschland**)

**Referenten:**

Susanna Hess-Kalcher (Geschäftsführerin German Centre México, Mexiko, **vom 01. – 05. März 2010 in Deutschland**)

Yvonne Grözinger (German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Ansprechpartner für Lateinamerika:**

Ute Papadopoulos

Telefon: 0711 127 76220

E-Mail: [ute.papadopoulos@LBBW.de](mailto:ute.papadopoulos@LBBW.de)

# 9. German Centres: Beste Startbedingungen in schwierigen Märkten.

**„Rund ums Büro werde ich unterstützt, ganz nach unserem Bedarf.“**

*Mieter des German Centres Singapore*

Eine eigene Präsenz in den Emerging Markets dieser Welt wie China, Indien oder Russland wird auch für Mittelständler immer wichtiger. Der Weg dorthin ist meistens nicht ganz einfach. Eine Vielzahl von Fragen steht dabei im Raum: Wie sind die rechtlichen Rahmenbedingungen? Welche steuerrechtlichen Themen müssen beachtet werden? Wie findet man Personal – oder entsendet man lieber deutsche Mitarbeiter? Wo findet man Büros – und zu welchem Preis?

In Deutschland und vor Ort unterstützen Kammern, Verbände und die German Centres. Dabei bieten die German Centres neben einer praktisch orientierten Erstberatung Büros von klein bis groß, Konferenzräume und eine Vielzahl von Business Services. In den Häusern sind immer auch verschiedene Dienstleister ansässig wie bspw. Rechtsberatungen, die AHKs, Logistikunternehmen oder Steuerbüros.

Veranstaltungen, Seminare und das tägliche Miteinander geben Mietern Gelegenheit zum Informations- und Erfahrungsaustausch.

Die deutschen Unternehmen profitieren auch von den guten Kontakten zu deutschen und lokalen Institutionen: Im German Centre können sie jederzeit auf ein funktionierendes Netzwerk zurückgreifen – eine enorme Hilfe für ein erfolgreiches Auslandsengagement.

Ausgezogen, weil sie es nicht geschafft haben, sind bisher die wenigsten. Das spricht für die gute Vorbereitung der Unternehmen, aber auch für das Konzept der German Centres, die den deutschen Mittelstand bei seinem Gang in schwierige Märkte umfassend unterstützen und Leistungen und Kontakte unter einem Dach bieten.



**GERMAN CENTRE**  
FOR INDUSTRY AND TRADE

## Referate und Referenten rund um die German Centres:

**Referat 22:**  
**German Centre Beijing – Ihr Tor nach China.**

China ist nach wie vor attraktiver Markt, Produktionsstandort u.v.m.. Umfassende Information zu Land und Leuten, Antwort auf vielfältige Fragen beim Markteintritt und Leistungsspektrum des German Centres Beijing sind Inhalt dieses Vortrags.

**Referenten:**  
Hanna Boehme (Geschäftsführerin German Centre Beijing, China, vom 01. – 05. März 2010 in Deutschland)  
Katharina Burk (Head of German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Referat 23:**

**German Centre Singapore – Drehscheibe für den südostasiatischen Markt.**

In Singapur ist das erste German Centre der LBBW – und es hat bereits viele Unternehmen in den asiatischen Markt begleitet. Der Vortrag beleuchtet die Standortvorteile Singapurs, ergänzt um praktisches Know-How und Erfahrungsberichte.

**Referat 24:**

**Ein Standort – viele Märkte. Markterschließung über das German Centre México.**

Mexiko ist das Sprungbrett für die Erschließung der amerikanischen Märkte – im Norden und im Süden. Der Vortrag informiert über Land, Leute und Wirtschaft, ergänzt um praktische Erfahrungsberichte.

**Referat 25:**

**German Centre Delhi.Gurgaon – im Zentrum guter Kontakte.**

Indien gehört zu den Tempomachern der Weltwirtschaft und bietet für deutsche Unternehmen enorme Potenziale. Wer ein Indien-Engagement plant, kann seit Herbst 2008 das neue German Centre in Delhi.Gurgaon als Ausgangspunkt nutzen.

**Referat 26:**

**German Centre Moscow – mitten im russischen Markt.**

Russland hat große Anziehungskraft für ausländische Unternehmen – die Abkühlung der Wirtschaft kann eine günstige Startzeit sein. Ab 2010 kann unternehmerisches Engagement vom German Centre Moscow aus angegangen werden.

**Referenten:**

Stephan Weiss (Geschäftsführer German Centre Singapore, Singapur, **vom 01. – 05. März 2010 in Deutschland**)

Vera Brielich (German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Referenten:**

Susanna Hess-Kalcher (Geschäftsführerin German Centre México, Mexiko, **vom 01. – 05. März 2010 in Deutschland**)

Yvonne Grözinger (German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Referenten:**

Nadine Ulrich (Geschäftsführerin German Centre Delhi.Gurgaon, Indien, **vom 01. – 05. März 2010 in Deutschland**)

Katharina Burk (Head of German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Referenten:**

Stephan Weiss (Geschäftsführer German Centre Moscow, Russland, **vom 01. – 05. März 2010 in Deutschland**)

Irina Rausch (German Centres, LBBW, Stuttgart)

**Referat 27:**  
**In der Ferne zu Hause – German Centres weltweit.**

Die Idee der „Deutschen Häuser“ erweist sich als Erfolgsrezept für deutsche Unternehmen, die im Ausland Fuß fassen wollen. Vorteile, Dienstleistungen und Services der German Centres, untermauert mit Erfahrungsberichten, sind Inhalt des Referates.

**Referenten:**  
Katharina Burk (Head of German Centres, LBBW, Stuttgart)  
Vera Brielich (German Centres, LBBW, Stuttgart)



**Ansprechpartner für die German Centres:**  
Katharina Burk  
Telefon: 0711 127 74502  
E-Mail: [katharina.burk@LBBW.de](mailto:katharina.burk@LBBW.de)

# 10. Weitere Themen im Überblick.

## **Referat 28: LBBW Export Management.**

Mit Dokumentenakkreditiven kann man sich gegen Zahlungsausfälle im Auslandsgeschäft absichern. Aber: Die Zusammenstellung der Dokumente und die komplette Abwicklung binden Zeit und Know-how, die das Unternehmen eigentlich für sein Kerngeschäft braucht. Die Lösung: LBBW Export Management – der Kunden muss sich um (fast) nichts kümmern, spart Geld und Zeit und gewinnt Sicherheit.

## **Referat 29: Risikomanagement und Lösungsansätze im Internationalen Geschäft.**

Dieses Referat gibt einen aktuellen Überblick über die systematische Risikobetrachtung im kommerziellen Auslandsgeschäft. Angeboten werden Lösungsansätze zur Risikoabsicherung, zum Risikomanagement, zum Forderungsmanagement und zu maßgeschneiderten Finanzierungen im grenzüberschreitenden Warenverkehr auf Basis von Praxisfällen sowie des Leistungsspektrums der Sparkassen / LBBW.

## **Referat 30: Vorauszahlungsgeschäfte: Wie können sich Unternehmen ihre Zulieferkanäle mit Unterstützung ihrer Bank sichern?**

Sowohl produzierende Unternehmen als auch Händler sind bei stark nachgefragten Rohstoffen oder bei volatilen Marktpreisen interessiert, sich ihre in- und ausländischen Zulieferungen in ausreichenden Mengen zu kalkulierbaren Preisen zu sichern. Dies kann bspw. durch die Leistung von Vorauszahlungen arrangiert werden. Das Referat zeigt auf, wie Banken dabei unterstützen, wie Strukturen aussehen können und welche Sicherheiten erforderlich sind.

**Referentin:**  
Marion Klay (Steuerung Trade and Export Finance, LBBW, Stuttgart)

**Referent:**  
Wolfgang Lubitz (Head of Steuerung Trade and Export Finance, LBBW, Stuttgart)

**Referent:**  
Christian Zürcher (Structured Trade Finance – Acquisition and Placement, LBBW, Mainz)

**Referat 31:  
Risikoabsicherung durch aktives Zins-, Währungs- und Rohstoffpreismanagement.**

Wie entwickelt sich der Dollar? Was macht der Ölpreis? Ganz egal, welche Währung oder welcher Rohstoff Ihrem Export- oder Importgeschäften zugrunde liegt: Wir geben Ihnen einen Überblick über Möglichkeiten und Chancen der Risikominimierung.

**Referat 32:  
LBBW Bank CZ – In Tschechien für deutsche Unternehmen vor Ort.**

Die Expertise der LBBW Bank CZ in der Beratung und Begleitung deutscher Unternehmen in Tschechien reicht zurück bis in das Jahr 1991. Dieses Referat zeigt die Besonderheiten und Herausforderungen des tschechischen Marktes für deutsche Unternehmen und deren Töchter auf und gibt einen Überblick über die breite Leistungs- und Produktpalette der LBBW Bank CZ für Unternehmen.

**Referenten:**

Jörg-Peter Stumpf (Sparkassen und Institutionelle Forex/Money Market Sales, LBBW, Stuttgart)  
Bernhard Häufele (Sparkassen und Institutionelle Forex/Money Market Sales, LBBW, Stuttgart)  
Johannes Rieder (Sales Sachsen, Zins- und Währungsmanagement, LBBW, Leipzig)  
Peter Grieser (Sales Sachsen, Zins- und Währungsmanagement, LBBW, Leipzig)

**Referent:**

Jiri Paloch (Head of German Desk, LBBW Bank CZ a.s., Tschechien)

**Ansprechpartner für die weiteren Themen:**

Ute Papadopoulos  
Telefon: 0711 127 76220  
E-Mail: [ute.papadopoulos@LBBW.de](mailto:ute.papadopoulos@LBBW.de)

# 11. Publikationen und Infomaterial.

Zur Information Ihrer Kunden stellen wir Ihnen verschiedene Infomaterialien bereit. Einfach

anfordern und Ihren Kunden beim Gespräch oder einer Veranstaltung übergeben.

## **LBBW-international wirtschaft und märkte.**

Verschiedene Autoren und Experten beleuchten verschiedene Facetten der jeweiligen Länder-Publikation. Sie beinhalten Hintergrundinfos, Erfahrungsberichte und Leistungen der LBBW im Internationalen Geschäft.

- **Russland**  
Bestellnummer: 01
- **Indonesien**  
Bestellnummer: 02

## **Informationen zu den German Centres.**

Für alle German Centres stehen Kurzportraits der jeweiligen Häuser zur Verfügung.

- **Beijing**  
Bestellnummer: 03
- **Mexico**  
Bestellnummer: 04
- **Singapore**  
Bestellnummer: 05
- **Delhi.Gurgaon**  
Bestellnummer: 06
- **Moscow**  
Bestellnummer: 07
- **Shanghai**  
Bestellnummer: 08
- **Jakarta**  
Bestellnummer: 09
- **German Centre Netzwerk**  
Bestellnummer: 10

## **Länderberichte.**

Einen kurzen volkswirtschaftlichen Abriss über die aktuelle wirtschaftliche Situation und Ausblick geben die Länderberichte.

Verfügbare Länder:  
(Fast) weltweit.

Bestellnummer: 11 plus Angabe Land

## **Informationen zu den Leistungen der LBBW im Internationalen Geschäft.**

- **LBBW Export Management** (DIN A 4-Broschüre)  
Bestellnummer: 12
- **Grenzen überschreiten** (DIN lang Flyer)  
Bestellnummer: 13

### **Kontaktdatenblätter der LBBW Auslandsstandorte.**

- **Gesamtverzeichnis mit Kontaktdaten aller Auslandsstandorte**  
Bestellnummer: 14
- **Kontaktdatenblatt je LBBW Auslandsstandort**  
Bestellnummer 15 plus Angabe Land / Stadt

### **Finanzregularien und Investitionsvorschriften.**

Die „Finanzregularien und Investitionsvorschriften“ sind ein kompaktes Nachschlagewerk für auslandsorientierte Unternehmen. Sie geben Einblick in die Finanzvorschriften und Investitionsbedingungen verschiedener Länder:

- Konten und Kontoführung
- Zahlungsverkehr
- Devisenbestimmungen
- Finanzierung von Unternehmen in China

- **Finanzregularien „China“**  
Bestellnummer: 16
- **Finanzregularien „Brasilien“**  
Bestellnummer: 17
- **Finanzregularien „Indien“**  
Bestellnummer: 18
- **Finanzregularien „Indonesien“**  
Bestellnummer: 19
- **Finanzregularien „Mexiko“**  
Bestellnummer: 20
- **Finanzregularien „Russland“**  
Bestellnummer: 21
- **Finanzregularien „Vietnam“**  
Bestellnummer: 22

### **E-Mail-Newsletter „Auslandaktuell“.**

Das Internationale Geschäft ist untrennbar mit einer zeitnahen, gut gefilterten Information über wichtige Themen und Entwicklungen der Märkte weltweit verbunden. Im Newsletter „Auslandaktuell“ bereiten wir diese monatlich kurz und knapp für Sie auf.

Aufnahme in den E-Mail-Verteiler (Mitarbeiter der Sparkassen und / oder Firmenkunden) über Buchungsformular aus Teil 12.

## 12. Buchungs- und Bestell- formulare.

# Anmeldung Workshops.

**Absender:**

**Per Fax zurück an:**

\_\_\_\_\_  
Sparkasse

LBBW

\_\_\_\_\_  
Vorname, Name

Business Development & Marketing

0711 127-73712

\_\_\_\_\_  
Funktion

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Fax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Absendedatum

Ja, ich nehme an folgenden Workshops teil:

Nr.	Titel	Termin
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

**Hinweise:**

Die finale Buchung wird separat per E-Mail bestätigt.

Bei zu geringer Teilnehmerzahl behalten wir uns vor, den Workshop abzusagen. Bei Überbuchung gilt „first in – first serve“.

**Bei Buchung als In-House-Seminar bitte direkte Kontaktaufnahme mit dem jeweiligen Ansprechpartner!**

# Buchung Referent.

**Absender:**

**Per Fax zurück an:**

\_\_\_\_\_  
Sparkasse

LBBW

\_\_\_\_\_  
Vorname, Name

Business Development & Marketing

0711 127-73712

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Fax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Absendedatum

Ja, wir möchten einen Referenten für eine eigene Veranstaltung buchen:

\_\_\_\_\_  
**Titel des Referats.**

\_\_\_\_\_  
**Gewünschte Dauer in min**

\_\_\_\_\_  
**Gewünschter Referent**

**Angaben zur geplanten Veranstaltung:**

**Veranstaltungstitel**

**Veranstaltungstermin**

\_\_\_\_\_  
**Uhrzeit von - bis**

**Veranstaltungsort**

**Art der Veranstaltung**

*Z.B. Round-Table, Business-Frühstück, Vortragsveranstaltung*

**Erwartete Gästezahl**

\_\_\_\_\_  
**Personen ca.**

**Geplante Agenda:**

**Uhrzeit, Titel, Referent (ggf. Anhang beifügen)**

**Hinweise:**

Die finale Buchung wird separat **per E-Mail** bestätigt.

Bei Terminüberschneidungen behalten wir uns vor, einen Ersatzreferenten zu benennen oder einen anderen Termin mit Ihnen abzustimmen.

# Bestellformular Publikationen.

**Absender / Versandanschrift:**

**Per Fax zurück an:**

\_\_\_\_\_  
Sparkasse

LBBW

\_\_\_\_\_  
Vorname, Name

Business Development & Marketing

**0711 127-73712**

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Fax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Strasse, Hausnummer

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

\_\_\_\_\_  
**Gewünschter Liefertermin**

Bitte senden Sie uns folgende Publikationen zu:

<b>Bestell-Nr. und Titel</b>	<b>Evtl. Angabe Land</b> (bei Länderberichten und Auslandsstandorten)	<b>Anzahl</b>
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

# Bestellformular Newsletter *Auslandaktuell.*

Bitte senden Sie den Newsletter *Auslandaktuell* per E-Mail an:

**Per Fax zurück an:**

\_\_\_\_\_  
Name

\_\_\_\_\_  
Vorname

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Abteilung

\_\_\_\_\_  
Funktion

\_\_\_\_\_  
Strasse, Hausnummer

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

\_\_\_\_\_  
E-Mail-Adresse

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Fax

LBBW

Business Development & Marketing

**0711 127-73712**

# Anhang: Pressestimmen.

Sparkasse Tauberfranken: Symposium mit regionalen Unternehmern in der Orangerie in Bronnbach veranstaltet

## Management des Risikos bei Exportgeschäft

"Going Global - Jetzt erst recht!" lautete das Motto eines Symposiums, bei dem Wirtschaftsexperten und Vertreter exportorientierter regionaler Wirtschaftsunternehmen über aktuelle Entwicklungen und Chancen im internationalen Geschäft in Zeiten von Wirtschafts- und Finanzkrise und Globalisierung referierten und diskutierten.

Main-Tauber-Kreis. Vor dem Hintergrund der Wirtschafts- und Finanzkrise veranstaltete die Sparkasse Tauberfranken in der Orangerie im Kloster Bronnbach unter dem Motto "Going Global - Jetzt erst recht!" ein Symposium. Dabei referierten und diskutierten Wirtschaftsexperten und Vertreter exportorientierter Wirtschaftsunternehmen aus dem Main-Tauber- und Odenwald-Raum über aktuelle Entwicklungen und Chancen im internationalen Geschäft im Rahmen der Globalisierung.

"Gerade jetzt bietet eine internationale Positionierung viele Chancen", zeigte sich Sparkassendirektor Wolfgang Reiner, Vorstand der Sparkasse Tauberfranken, zuversichtlich. "Die Risiko minimierenden Ansätze, die unsere Instrumente des kommerziellen Auslandsgeschäfts den Unternehmen bieten, sind bekannt. Zudem gibt es je nach Einzelgeschäfts-konstellation eine Vielzahl an Lösungsansätzen, die sogar Wettbewerbsvorteile mit sich bringen", betonte Reiner zu Beginn eines Streifzuges durch ausgewählte Absicherungsmöglichkeiten im internationalen Geschäft. Als erstes gab Thomas Englert, Firmenkundenberater Corporate Finance bei der Sparkasse Tauberfranken, einen Überblick über mögliche Strategien der Währungsabsicherung im internationalen Geschäft. Das Risiko von Währungsschwankungen könne durch eine intelligente Absicherung minimiert werden. Dies geschehe durch die Auswahl von geeigneten und transparenten Instrumenten mit ausgeglichenem Chance-Risiko-Verhältnis. Durch einen zielgerichteten Einsatz könne damit für

den Kunden Kalkulationssicherheit auf einem bestimmten Niveau geschaffen werden. Beispielsweise werde beim "Devisentermingeschäft" der Kurs bereits am Abschlusstag festgelegt. Die Abrechnung des Geschäfts erfolge jedoch erst am Fälligkeitstag zum vereinbarten Kurs. Vorteil sei die Planungssicherheit für den Kunden aufgrund des abgesicherten Währungskurses, Nachteil ein fehlendes Partizipieren an einer günstigen Währungsentwicklung.

Gute Alternativen hierzu seien Lösungsvarianten, bei denen zwar eine Mindestabsicherung zu einem festgelegten Devisenkurs erfolgt, der endgültige Abrechnungskurs aber vom Verlauf des Devisenkurses abhängig sei. So könne der Kunde profitieren, sofern sich der Devisenkurs bei Fälligkeit oder während der Laufzeit auf einem günstigeren Kursniveau oder in einer bestimmten Bandbreite bewege. Solche Absicherungsgeschäfte seien ohne zusätzliche Abschlusskosten oder zu zahlende Prämien möglich.

Eine weitere Lösungsmöglichkeit sei der Abschluss einer Devisenoption. Gegen Zahlung einer Prämie erwerbe der Kunde dabei das Recht, einen bestimmten Fremdwährungsbetrag zu einem vorher vereinbarten Kurs zu kaufen oder zu veräußern. Der Kunde erhalte auf diese Weise die Absicherung eines Höchstkurses, kann aber zum Ende der Laufzeit dennoch von einem günstigeren Devisenkurs profitieren.

Über Aktuelles aus dem Dokumentengeschäft berichtete Sabine Blume, Gruppenleiterin Auslandsgeschäft bei der Sparkasse Tauberfranken. Rapide Bonitätsverschlechterung der "entwickelten" Länder, ein Anstieg der Länderrisiken im wirtschaftlichen und politischen Bereich, schlechte Bankbonitäten sowie eine durch Liquiditätsknappheit beeinträchtigte Finanzierungsbereitschaft exportfinanzierender Banken seien Auswirkungen der Krise auf das Dokumentengeschäft. Als Vorteile bei der

Abwicklung der Dokumentenakkreditive für den Export durch die Sparkasse Tauberfranken nannte Blume beispielsweise eine gesicherte Zahlung, Bestätigung, Ankaufs- oder Schutzzusage sowie den Ankauf von Forderungen. Das Export-Management biete unter anderem eine Beratung über länderspezifische Zahlungsmodalitäten und Mustervorschriften, Bereitstellung länderspezifischer Akkreditivbedingungen, das Einholen von Beglaubigungen bei der IHK oder Legalisierungen beim zuständigen Konsulat und vieles mehr. Interessante Fakten und einen Blick in die Zukunft hinsichtlich eines der zukunftsreichsten Wirtschaftsmärkte der Welt - der Golfregion und speziell Saudi Arabien und Vereinigte Arabische Emirate (VAE) - präsentierte Markus Kury, Relationship Management, Länderbetreuung Mittlerer Osten bei der **Landesbank Baden-Württemberg**. "Stark importorientiert, nur wenig produzierendes Gewerbe sowie ein in Saudi Arabien mit 17 000 US-Dollar pro Kopf relativ hohes und in den VAE mit fast 43 900 US-Dollar pro Kopf sehr hohes und mit Deutschland vergleichbares Bruttoinlandsprodukt", nannte Kury einige Eckdaten. Beide Länder seien von der Wirtschaftskrise nicht unberührt geblieben, die Folgen seien jedoch verhältnismäßig niedrig ausgefallen. So habe insbesondere der Bausektor in Dubai eine Rezession erleben müssen, die jedoch in Abu Dhabi teilweise aufgefangen werden konnte. Zwar sei der Aufwand für geschäftliche Neukontakte verhältnismäßig hoch, sodass Geduld und Investment notwendig seien. Dies könne sich jedoch mittelfristig ab etwa fünf Jahren erfolgreich auszahlen. "Vor allem in diesen beiden arabischen Ländern mit ihrer starken Importorientierung vor allem von bereits verarbeiteten Gütern bietet der Markt für Exporteure relativ gute Wachstumschancen", meinte Kury als Fazit. stf

**Die SparkassenZeitung, 29.05.2009, Nr. 22, S. 14**

Sparkassen

## **Sparkasse Chemnitz nicht nur regional tätig International besser ankommen**

Unter dem Motto "International besser ankommen" hat die Sparkasse Chemnitz ihre international tätigen Firmenkunden eingeladen. Rund 60 Vertreter sind der Einladung gefolgt. Sie informierten sich an diesem Abend, wen die Sparkasse zur Seite stellen kann, damit sie sich auch im Ausland gut betreut fühlen.

Der Vorstandsvorsitzende der Sparkasse Chemnitz, Reiner Grimm, betonte in seiner Eröffnungsrede, dass die Sparkasse Chemnitz auch in Zukunft ihre Kunden im und ins Ausland begleiten wird. "Die internationale Finanzkrise ist keine Krise unseres internationalen Firmenkundengeschäfts. Wir wickeln die Import- und Exportgeschäfte unserer Kunden ab und unterstützen sie tatkräftig, wenn es darum geht, ausländische Märkte zu erschließen."

Gabriele Greiner, Geschäftsleiterin der German Centre Holding der Landesbank Baden-Württemberg, zeigte, wie schnell mit Hilfe der Deutschen Häuser ein arbeitsfähiges Büro im Ausland eingerichtet werden kann, welche Leistungen von den German Centres dazu angeboten werden und welche Vorteile ein Netzwerk an Kontakten in den Deutschen Häusern bietet.

Julia Arnold, Referatsleiterin DEinternational beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) in Berlin, erläuterte die Funktionen und das Dienstleistungsportfolio der deutschen Außenhandelskammern mit ihren internationalen Standorten. Auch sie zeigte anhand praktischer Beispiele, welche Vorteile die Nutzung von Verbundprojekten darstellt. Beim anschließenden internationalen Büffet gab es rege Diskussionen und Gespräche mit den beiden Referentinnen und den Vertretern der Sparkasse Chemnitz. DSZ

(c) Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Bonn

53262, IKOM, 29.05.09, Words: 236, NO: 20090529052

Die SparkassenZeitung, 05.06.2009, Nr. 23, S. 17

Dossier: Sparkassen und Europa

## Neues German Centre in Moskau Mitten im russischen Markt

Russland ist trotz der derzeit konjunkturell schwachen Weltwirtschaft ein Wachstumsmarkt, der vielfältige Chancen für deutsche Firmen bietet. Das neue German Centre Moscow der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) wird ab Anfang 2010, wenn die Innenausbauten abgeschlossen sind, Startbasis für rund 120 deutsche Unternehmen sein.

Bereits heute weihten Baden-Württembergs Ministerpräsident Günther H. Oettinger, Yuri Roslyak, Erster Stellvertretender Bürgermeister der Stadt Moskau, Dr. Walter Jürgen Schmid, Deutscher Botschafter in Moskau und LBBW-Vorstandsmitglied Dr. Peter A. Kaemmerer das neue German Centre ein. "Die Landesbank Baden-Württemberg bekräftigt mit dem neuen German Centre in Moskau ihre Strategie, den heimischen Mittelstand bei seinen internationalen Aktivitäten umfassend und ganzheitlich zu begleiten", erklärte Baden-Württembergs Ministerpräsident Oettinger bei der Einweihungsfeier. Moskaus Erster Stellvertretender Bürgermeister Roslyak kommentierte die Standortwahl: "Moskau verfügt über ideale Voraussetzungen für ein German Centre: Die Hauptstadt ist Regierungs- und Verwaltungssitz, Finanzzentrum, Messestadt. Von den 4600 deutschen Unternehmen, die in Russland ansässig sind, haben zwei Drittel ihren Stützpunkt in Moskau." Traditionell ist Russland als Absatzmarkt für deutsche Unternehmen interessant. Seit 2000 hat sich das Handelsvolumen zwischen den beiden Ländern verfünffacht. Allein ein Viertel aller in die Russische Föderation importierten Industrie- und Maschinenanlagen stammt aus Deutschland. Und auch bei öffentlichen Infrastrukturprojekten oder in Bereichen wie der Verpackungs-, Land- und Medizintechnik sowie dem Bau- und Baustoffsektor kommen immer häufiger deutsche Unternehmen zum Zug. Seit 2006 ist die LBBW mit einer Repräsentanz sowie einer Vertriebsgesellschaft ihrer Tochter SüdLeasing in Moskau vertreten.

"Mit dem German Centre Moscow gehen wir den nächsten Schritt, um deutsche Firmen hier noch besser zu unterstützen", erklärt Kaemmerer, der im LBBW-Vorstand für das internationale Geschäft sowie das Unternehmenskundengeschäft verantwortlich ist. Um in Russland langfristig gute Geschäftsbeziehungen aufzubauen, ist die Präsenz vor Ort unumgänglich. "Aber wie in jedem Auslandsmarkt, so gibt es auch hier Besonderheiten zu beachten. So stellen der Mangel an kleinen Büroflächen, die russische Geschäftskultur und Bürokratie sowie nicht zuletzt die russische Sprache Hürden dar, die Markteinsteiger überwinden müssen", weiß Kaemmerer. Unterstützung bei der Ansiedlung und der Zugang zu Netzwerken, wie sie das German Centre bietet, sind deshalb besonders wichtig.

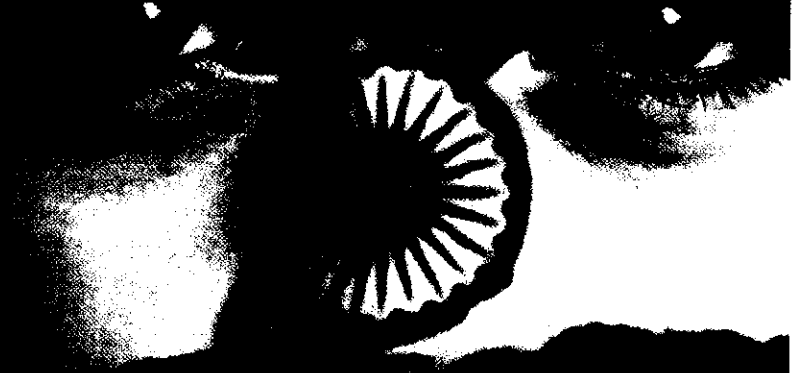
- Weitere Informationen im Internet unter: <http://www.germancentre.com>.

(c) Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Bonn

67427, IKOM, 05.06.09, Words: 372, NO: 20090605063

# Gut beraten nach Indien

Schon länger wälzte die Fibro GmbH aus Hassmersheim und Weinsberg den Plan, nach Indien zu expandieren. Nachdem ihre Sparkasse nützliche Kontakte vermittelt hatte, ging dann alles ganz schnell.



Über dem Schreibtisch in Sagar Jogs Büro hängt ein Plan, der an das Muster auf einem Orientteppich erinnert. „Sie werden es nicht glauben, aber damit hat alles angefangen“, sagt der frischgebackene Geschäftsführer der Fibro India Standard Parts Pvt. Ltd. in Pune. „Aus einer Vision heraus hatten mein deutscher Geschäftspartner Henning Klempf von der Fibro GmbH und ich die Gründung einer Tochterfirma in Indien skizziert.“ Fibro, ein Spezialist für standardisierte Maschinenteile, Rundtische und Automation, verkauft schon seit vielen Jahren auch in Indien sein komplettes Programm. Der Gedanke, dort eine Produktionsstätte zu gründen, stand schon längere Zeit im Raum.

Konkret wurden die Pläne im März 2008, als Jochen Lütkemeyer, Vorsitzender der Fibro-Geschäftsführung, den Indien-Workshop der Sparkasse Heilbronn besuchte. „Die Beratung

durch den Auslandsexperten Jürgen Schad gab unserer Geschäftsführung neue Ideen“, berichtet Klempf, mittlerweile Managing Director des indischen Fibro-Standorts. Aus einer vagen Idee ist Realität geworden – und mitgeholfen hat das CountryDesk, das

## INFO PLUS INTERNETADRESSEN

### → [www.countrydesk.de](http://www.countrydesk.de)

Mithilfe des internationalen Kooperationsnetzwerks CountryDesk können Firmen über ihre Sparkasse auf die Leistungen und das Mitarbeiter-Know-how der ausländischen Partnerbanken zugreifen. Der Weg dorthin führt über den Kundenberater in Deutschland.

### → <http://europaservice.dsgv.de>

Unternehmen, die speziell im europäischen Ausland investieren wollen, sind beim EuropaService an der richtigen Adresse. Die Experten der Sparkassen stellen Kontakte zu Geschäftspartnern im Zielland her.

internationale Kooperationsnetzwerk der Sparkassen. Schad und seine Kollegen haben bewährte Ansprechpartner empfohlen. Noch im selben Monat liefen die Vorbereitungen zur Expansion im Rekordtempo an. „Unsere Sparkasse hat uns den Kontakt zu der Unternehmensberatung Rödl & Partner vermittelt, die auf Mittelständler wie uns spezialisiert ist“, erinnert sich Klempf. „Die Fachleute dort haben uns sehr rasch geholfen und beispielsweise die Vertragsentwürfe in der kurzen Zeit mit großer Gründlichkeit geprüft.“ Mithilfe des CountryDesk machte die Fibro GmbH im Lauf von wenigen Wochen Riesenschritte. Schon am 28. April wurde die Gründungsurkunde unterzeichnet, und am 4. Juli fand in Pune die Einweihungsfeier nach indischer Tradition statt.

Die Vermittlung von hilfreichen Kontakten ist aber nur eine der Stärken des CountryDesk. Wo auch immer auf



Entstanden aus einer Vision heraus: Fibro-Manager Henning Klempp, Sagar Jog und Geschäftsführer Harald Schönau feiern die Einweihung des neuen Fibro-Standorts in Pune, der Hauptstadt der indischen Automobilindustrie

der Welt der Kunde sich engagiert – die Sparkasse geht mit. In allen länderspezifischen Fragen helfen die Auslandsfachleute der Sparkassen weiter: Sie halten Informationen über das Ziel-land bereit. Sie informieren über Investitionsmöglichkeiten und Förder-töpfe. Sie sorgen für eine reibungslose Betreuung bei einem kooperierenden Geldinstitut vor Ort, empfehlen Geschäftspartner und legen Finanzierungsmodelle vor. Alle diese Leistungen bündeln sich beim Kundenberater der heimischen Sparkasse – lange bevor der expansionswillige Firmenchef auch nur ein Auslandstelefonat führen oder gar einen Flug antreten muss.

Und wenn das Unternehmen die deutschen Grenzen schließlich hinter sich gelassen hat, bieten die Sparkassen weiterhin einen zuverlässigen Brücken-

ckenkopf: über die German Centres, die größtenteils deutschen Landesbanken gehören. Dieses internationale Netzwerk unterhält Zweigstellen an den Knotenpunkten der Weltwirtschaft, zum Beispiel in China, Singapur, Indonesien und Mexiko. Es unterstützt deutsche Mittelständler beim Eintritt in die wachstumsstarken Zukunftsmärkte rund um den Globus.

#### STÜTZPUNKT ZUM START

Im Herbst 2008 hat das German Centre Delhi.Gurgaon in der Nähe von Delhi seine Tore geöffnet, ein Gemeinschaftsunternehmen von BayernLB und LBBW. Firmen, die sich in Indien niederlassen wollen, finden hier ihre Ausgangsbasis: Büros in allen Größen stehen zur Miete bereit. „In Indien werden nur sehr selten kleinflächige

Geschäftsräume angeboten“, erklärt Sylvia Hausbeck, bei der BayernLB zuständig für das German Centre auf dem Subkontinent. „Wir schließen also eine Lücke – und das kommt besonders den Unternehmen zugute, die zum Beispiel ein Vertriebsnetz aufbauen wollen.“

Über einen modernen Autobahnzubringer ist der Standort im Business-Distrikt Gurgaon mit dem Flughafen der Hauptstadt verbunden, der nur 15 Kilometer entfernt liegt. „Wir bieten aber nicht nur die nötige Infrastruktur“, fügt Hausbeck hinzu. „Auch Seminare zu Wirtschaftsthemen und gesellschaftliche Veranstaltungen stehen auf dem Plan. Unsere Fachleute vor Ort kennen die deutsch-indischen Wirtschaftsbeziehungen in- und auswendig und können Neuankömmlinge beim Aufbau ihrer Netzwerke hervorragend unterstützen.“ Vertreter anderer deutscher Einrichtungen wie der Botschaft oder der Auslandshandelskammer gehen im German Centre ein und aus. „Indien“, sagt beispielsweise Jan Thorsten Kötschau, Referent der Deutsch-Indischen Handelskammer, „ist eine Riesenaufgabe. Aber bei gründlicher Vorbereitung bietet es hervorragende Chancen für den deutschen Mittelstand.“ Fibro-Manager Klempp ist zuversichtlich: „Wir wollen den indischen Markt erschließen, denn wir haben beobachtet, dass die Entwicklung hier schneller vorangeht als irgendwo sonst auf der Welt.“ ●

FRIEDEMANN KLUGE

## Sparkasse international: Aktionswochen + PROFITS-Sonderheft

Vom 1. bis 31. März 2009 finden in den Sparkassen „Internationale Aktionswochen“ – u. a. mit Fachveranstaltungen samt Beratung, mit Schulungen und gesellschaftlichen Ereignissen – statt. Im Zentrum stehen die Serviceleistungen der Sparkassen im internationalen Geschäft: Export- und Importfinanzierung, Finanzierung und Begleitung von Auslandsengagements, Unterstützung bei der Erschließung neuer Märkte, Zins- und Währungsma-

nagement, Internationales Netzwerk der Sparkassen-Finanzgruppe sowie Liquiditätsplanung und Risikomanagement. Infos unter [www.erfolgreich-im-ausland.de](http://www.erfolgreich-im-ausland.de) und bei den Firmenkundenbetreuern der Sparkassen. Im April erscheint ein PROFITS-Sonderheft zum Thema „Auslandsgeschäft“. **Schwerpunkte sind unter anderem mittelständische Erfolgsstrategien rund um den Globus sowie Exportfinanzierung und -förderung.**

J. Eberspächer GmbH & Co. KG

# In China auf Erfolgskurs

*Der Systemlieferant von Abgastechnik und Fahrzeugheizungen zählt mit 5500 Mitarbeitern zu den Unternehmen, die bei technischen Innovationen den Takt vorgeben. Dieses Potenzial soll auch in China genutzt werden.*

Das 1865 gegründete mittelständische Unternehmen Eberspächer setzt auf Internationalität: mit Werken und Töchtern in 19 Ländern, an 42 Standorten. Knapp die Hälfte der rund 5500 Beschäftigten arbeitet außerhalb Deutschlands. Das eröffnet Eberspächer die Möglichkeit, neue Märkte z.B. in den aufstrebenden Ländern Asiens zu erschließen.

## Andere Produkte als ursprünglich geplant

„Die Entscheidung zur Gründung einer Tochter in China hatte viele Ursachen: Unsere europäischen Kunden sind verstärkt in China aktiv und wir möchten ihnen auch hier die aus dem Heimatmarkt gewohnte Unterstützung bieten“, erläutert Uwe Sass, Managing Director von Eberspächer Automotive Technology (Beijing) Co., Ltd. in Peking. Mit dem chinesischen Partner, einem Heizungshersteller, hatte das Unternehmen schon Mitte der 90er-Jahre eine Vertriebskooperation vereinbart. Im Reich der Mitte wurde z.B. die bewährte Eberspächer-Wasserheizung Hydronic L montiert und durch lokal hergestellte Teile ergänzt. Doch trotz enger Zusammenarbeit vermisste das deutsche Unternehmen etwas: die Markttransparenz. Das ist heute anders. „Durch die direkte Präsenz vor Ort

können wir Marktgeschehnisse frühzeitig aufnehmen und handeln“, so Sass.

Lohnkostenvorteile sind ein weiterer Grund für das Engagement. Selbst in China agierend, änderte sich die Sicht auf das boomende Land mit seinen besonderen Anforderungen. „Wir stellen heute eine andere Produktlinie her als ursprünglich geplant. Sie wurde speziell im Hinblick auf die Gegebenheiten hier entwickelt und erfordert weniger Investitionen, die Herstellung ist aber arbeitsintensiver.“ Eberspächer legt aber höchsten Wert darauf, dass das Qualitätsniveau überall auf der Welt dem in Deutschland entspricht.

## German Centre Beijing alternativlos

Als die Entscheidung für die eigene Tochter gefallen war, konnte Sass sofort vom bestehenden Representative Office aus mit den Aufbauarbeiten starten. Schnell zeigte sich, dass dessen Standort im German Centre Beijing alternativlos war. „So hatten wir von Anfang an die erforderliche Infrastruktur und den Anschluss an die Deutsche Community“, erzählt der von der guten Kooperation im Centre beeindruckte Sass: „Egal ob Aufenthaltserlaubnis oder chinesischer Führerschein – man hilft sich gerne.“ Gerade

in der Anfangsphase seien diese logistischen Vorteile hilfreich gewesen. Dass Eberspächer vor zwei Jahren aus dem Chaoyang-Distrikt in die Beijing Economic-technological Development Area umgezogen ist, hatte wiederum pragmatische Gründe: Verwaltung und Vertrieb auf der einen und Lager- und Produktionsstätten auf der anderen Seite sollten räumlich enger zusammengefasst werden.

## Von der Landesbank unterstützt

Hilfe gab es ebenfalls von anderer Stelle: „In der Gründungsphase konnten wir immer auf die Unterstützung des Representative Office der Landesbank Baden-Württemberg zählen, das sich ebenfalls im German Centre befindet“, berichtet Sass. Die Unterstützung habe vom Überblick über die Gründungsformalitäten bis hin zum gemeinsamen Besuch bei der Bank vieles umfasst. Gerade in Bezug auf den Kapitaltransfer, beispielsweise auf ein temporäres Konto vor Erhalt der Geschäftslizenz, gab es vieles zu beachten. Durch das Representative Office der LBBW wurde auch Kontakt zu anderen Mittelständlern gefunden, die vor ähnlichen Fragestellungen standen.

Das Leben im Reich der Mitte empfindet Sass als angenehm. Die ausgeprägte Freundlichkeit der Asiaten – vor allem Kindern gegenüber – erlebte der Managing Director von Eberspächer Automotive Technology von Anfang an: „Bei einem Restaurantbesuch bekam unser zweieinhalbjähriger Sohn ein Bonbon von der Bedienung. Nachdem er um ein zweites bat, bekam er gleich die ganze Packung“, lobt Sass das umgängliche Miteinander. Doch er betont auch die kulturellen Unterschiede. „Chinesen und Deutsche haben oft eine ganz unterschiedliche Argumentationsweise. In solchen Fällen hilft es, sich ins Gedächtnis zu rufen, dass ich derjenige bin, der anders ist, und nicht die anderen.“ Th. Sch.



Quality System Manager Frank Zang und Managing Director Uwe Sass

Foto: Eberspächer

## **Pressemitteilung**

### **Internationale Wochen bei der Kreissparkasse Heilbronn**

Heilbronn, im März 2008

*Die Welt zu Gast in Heilbronn! Das hat die Kreissparkasse Heilbronn mit zwei Veranstaltungen im Rahmen der Internationalen Aktionswochen der deutschen Sparkassen-Finanzgruppe Anfang März eindrucksvoll bewiesen. Neben der Vortragsveranstaltung „Der richtige Umgang mit Ihrem Geld im Ausland“ in den Räumen der Kreissparkasse stand beim Informationstag auf Burg Stettenfels bei Untergruppenbach „Indien, der neue Stern aus Asien“ im Mittelpunkt.*

Am 7. März 2008 nahm Professor Dr. Christoph Graf von Bernstorff aus Bremen, Geschäftsführer der nwi nordwest international Servicegesellschaft mbH, ein in Deutschland bekannter und renommierter Jurist und Fachmann für Internationales, die Kunden im Konferenzbereich der Sparkasse mit, mehr über den richtigen Umgang mit dem Geld im Ausland zu lernen. Die geschichtsträchtigen Mauern der im 16. Jahrhundert von dem Augsburger Handelshaus der Fugger erbauten Burg Stettenfels wurden am 13. März 2008 Zeugen des neu aufgehenden Sterns „Indien“ am Himmel Asiens. Eine interessierte Auswahl von Unternehmern aus Heilbronn und Umland hörte aufmerksam zu, was fünf Referenten aus der Wirtschaft – Helmut Schmidtman, Geschäftsführer ITA Services GmbH, Stuttgart-New Delhi, Shatabdi Ghosh-Laskar, Goethe-Institut New Delhi, Gerd Nissler, früherer Chef Daimler India LKW-Sparte, Seema Bhardwaj-Lamprecht, Rechtsanwältin, Rödl & Partner und Dr. Jochen Landes, Geschäftsführer, German Centre Delhi Gurgaon, über die

Seite 2

Pressemitteilung Oktober 2008

wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Verhältnissen Indiens zu berichten hatten.

„Manch deutscher Unternehmer ist irritiert und verunsichert, wenn er indischen Gesprächspartnern gegenüber sitzt und diese ständig Wackelbewegungen mit dem Kopf machen“, erläutert Ghosh-Laskar. Dabei wollten sie ihm nur signalisieren, dass sie ihm aufmerksam zuhören. Oder wem sei bewusst, dass den Deutschen, die gerne eines nach dem anderen erledigen, Partner gegenüberstehen, die mehrere Dinge gleichzeitig managen und trotzdem aufmerksam zuhören können? Von Indern ausgesprochen Sätze wie „It can be done in due time“ mögen manchen Deutschen verleiten, bereits Erfolge zu verbuchen und in die Heimat zu melden. „Er ahnt jedoch nicht, dass sie völlig ohne Aussage sind oder einfach eine höfliche Ablehnung signalisieren“, führt die indische Vertreterin des Goethe-Instituts weiter aus, die ihr Referat in perfektem deutsch und traditionell in Sari gekleidet vortrug.

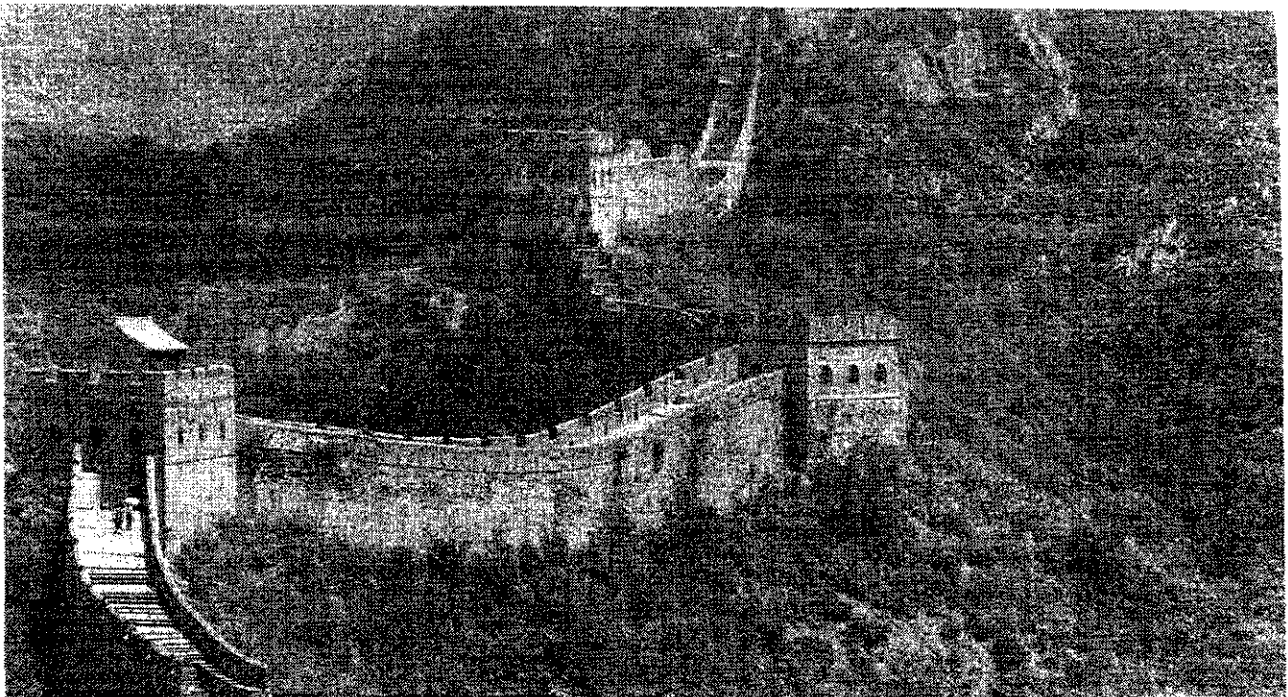
Dieser fremden Welt stehen beachtliche wirtschaftliche Erfolge gegenüber. Waren 2001 gerade mal 100.000 Mobiltelefone in Indien vorhanden, sind es jetzt schon 400 Millionen. Ein jährliches Bruttoinlandswachstum von fast 10 Prozent steht mit dem der Bundesrepublik Deutschland in keinem Verhältnis. Den enormen und oft zweistelligen Wachstumsraten stehen allerdings auch die Schattenseiten Indiens gegenüber, wie zum Beispiel Massenarmut oder die massive Umweltverschmutzung.

Seite 3

Pressemitteilung Oktober 2008

Dennoch – „Deutsche und Inder können miteinander“. Verschiedene indische Gäste waren intensiv mit den deutschen Unternehmen im Gespräch, sodass sich insgesamt über 40 Personen austauschten. „Die typischen Stärken Indiens, wie die hohe Anzahl qualifizierter Mitarbeiter, niedrige Löhne und stabile politische Verhältnisse scheinen gut mit den deutschen Vorteilen, wie hohe Qualität bei technischen Produkten und Spitzensituation im Ingenieurwesen, zusammen zu gehen“, so das Fazit von Matthias Peschke, Stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Kreissparkasse Heilbronn.

Bildunterschrift: Bei der Veranstaltung „Indien, der neue Stern aus Asien“ von links nach rechts: Matthias Peschke, Stellvertretender Vorsitzender des Vorstands der Kreissparkasse Heilbronn, Helmut Schmidmann, Geschäftsführer ITA Services GmbH, Stuttgart - New Delhi, Dr. Jochen Landes, Geschäftsführer, German Centre Delhi Gurgaon, Shatabdi Ghosh-Laskar, Goethe-Institut New Delhi, Gerd Nissler, früherer Chef Daimler India LKW Sparte, Seema Bhardwaj-Lamprecht, Rechtsanwältin, Rödl & Partner und Jürgen Schad, Leiter der Auslandsabteilung der Kreissparkasse Heilbronn.



China (im Bild die chinesische Mauer) ist nach wie vor ein sehr gefragter Markt für expandierende Unternehmen aus der Region Heilbronn-Franken.

Foto: dpa

# Lockende Fremde

Bankexperte gibt Tipps für grenzüberschreitende Geschäfte – Unternehmer brauchen viel Geduld

Die Firmen der Region nutzen die Chancen der Globalisierung: Sie erschließen systematisch neue Märkte im Ausland, ohne ihre heimischen Wurzeln zu kappen. Kreditinstitute sind dabei unverzichtbare Partner.

VON JÜRGEN PAUL

Das Auslandsgeschäft gehört in der industriell geprägten Region Heilbronn-Franken seit jeher zu den Stützpfeilern der Wirtschaft. Doch die Bedeutung hat im Lauf der Jahre extrem zugenommen. So ist die Exportquote nach Angaben der IHK Heilbronn-Franken von 21 Prozent im Jahr 1973 auf heute knapp 50 Prozent gestiegen. Und noch etwas ist Jürgen Schad in seinen 20 Jahren im Auslandsgeschäft der Kreissparkasse Heilbronn aufgefallen: „Die Internationalisierung hat den Mittelstand erreicht.“ Waren es früher fast ausschließlich die Konzerne, die ins Ausland lieferten, dort eigene Tochterfirmen gründeten oder neue Werke bauten, scheut heute auch der kleine Mittelständler den Schritt über die Grenze nicht mehr.

**Hohe Exportquote** Vielmehr hat sich quer durch (fast) alle Branchen und Betriebsgrößen die Erkenntnis durchgesetzt, dass ohne Auslandsgeschäft heute nichts mehr geht. „In den Bereichen Werkzeugbau und Maschinenbau haben wir hier in der Region teilweise Exportquoten von über 80 Prozent“, berichtet Jürgen Schad, der die Abteilung Internationales Geschäft der Kreissparkasse Heilbronn leitet. Um reine Produktionsverlagerungen auf Kosten von heimischen Arbeitsplätzen geht es seiner Erfahrung nach in den seltensten Fällen. „Es geht eher um die Erschließung von neuen Märkten“, sagt Schad. Und dies sichere in vielen Fällen auch Beschäftigung im Inland.

**Weitweites Netzwerk** Auch für die Banker wird das internationale Geschäft immer bedeutender – denn für expandierende Mittelständler ist die Expertise der Finanzfachleute unverzichtbar. So hat etwa die Kreissparkasse Heilbronn ihre Auslandsabteilung auf mittlerweile 13 Mitarbeiter aufgestockt. Außerdem verfügen wir mit unserem Country-Desk über ein internationales Netzwerk“, sagt Schad. Zum Country-Desk gehören neben

zahlreichen Sparkassen auch Landesbanken, die sogenannten German Centers weltweit und weitere Partner wie die Deutsche Leasing oder die Deutsche Factoring Bank.

Dank solch weit verzweigter Verbindungen lässt sich das Abenteuer Ausland besser managen und die Risiken minimieren. Denn Unwägbarkeiten gibt es jenseits der Grenzen zuhauf. „Das wird oft unterschätzt“, weiß Schad. Das beginnt bei wichtigen rechtlichen und steuerlichen Fragen und hört bei den spezifischen Bankgeschäften in den Zielländern noch lange nicht auf. „Da gibt es riesige Unterschiede“, sagt der Banker, „und zwar nicht mit im Vergleich zu Asien, sondern auch

Ohne interkulturelle Kompetenz wird es schwierig

Jürgen Schad

zwischen den einzelnen westeuropäischen Ländern.“ Mit einheimischen Bankpartnern vor Ort als Vermittler will die Kreissparkasse für eine reibungslose und solide Finanzierung der jeweiligen Vorhaben sorgen.

Fast noch wichtiger als die Klärung finanzieller Fragen sind dem Experten zufolge die kulturellen Eigenheiten, die es im Ausland zu beachten gilt. „Ohne interkulturelle Kompetenz wird es ganz schwierig“, sagt Schad. Für die Deutschen gelte das ganz besonders.

„Viele Manager reisen ins Ausland und meinen, alles müsste genauso ablaufen wie in Deutschland: Termin, Verhandlung, Vertragsabschluss – und zwar so schnell wie möglich.“ Doch vor allem in asiatischen Ländern funktionieren das nicht. „Hier kommt es entscheidend auf den persönlichen Kontakt an.“ Manager aus Deutschland müssen viel Zeit und Geduld mitbringen und schon mal mit dem Geschäftspartner in der Sauna schwitzen, bevor an eine Vertragsunterschrift zu denken ist. Auch im Überbrücken der kulturellen Unterschiede sehen sich die Banker mit ihren Partnern vor Ort als Vermittler.

**Beliebtes Indien** Besonders beliebt sind bei den „sehr vorsichtigen“ Unternehmern aus der Region Heilbronn-Franken Schad zufolge derzeit die osteuropäischen Länder und Asien – hier vor allem „der neue Stern am asiatischen Himmel Indien“. Interessant seien auch Russland und Brasilien. Das Spektrum neuer Märkte wird stetig größer, auch die Zahl der Auslandsengagements einzelner Firmen nimmt zu.

**Tipps** Doch egal ob Indien, Indonesien, Irland oder Irkutsk – aus seiner langjährigen Erfahrung hat Jürgen Schad einige wichtige Regeln für expansionswillige Unternehmer parat: ● Chefsache: Auslandsengagements sollten gerade in mittelständischen Unternehmen immer Chefsache sein, sagt Schad. „Ein so wichtiges Vorhaben sollte man auf keinen Fall delegieren.“ ● Frühzeitige Kommunikation mit der Hausbank: „Nur so kann der Kunde auch die Kosten seines Vorhabens ab-

schätzen und kalkulieren“, sagt Schad.

● Klarheit über das Vorhaben: Geht es nur um „normale“ Handelsbeziehungen oder ist ein Joint-Venture, eine Kooperation oder die Gründung einer eigenen Tochterfirma geplant? Oder geht es um Investitionen in Werke oder Maschinen? Diese Fragen sind entscheidend für Kosten, Komplexität und Dauer des Vorhabens.

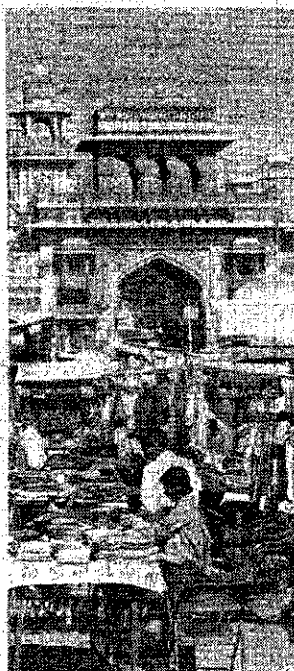
● Langer Atem: Je nach Zielland müssen sich Unternehmer auf lange Wartezeiten und sehr viel Bürokratie einstellen. Schad: „Während eine Firmengründung in osteuropäischen Ländern wie etwa Rumänien, Ungarn oder Tschechien sehr schnell geht, dauert es vor allem in Indien und Russland oft sehr lange – manchmal bis zu einem halben Jahr.“

● Währungsrisiko absichern: Bei den meisten Auslandsgeschäften besteht ein nicht unerhebliches Kursänderungsrisiko. „Dieses Risiko sollte jeder Unternehmer unbedingt absichern“, sagt Schad. Zur Verfügung stehe eine breite Produktfamilie von Zins- und Währungsderivaten.

## Hintergrund

### Internationale Wochen

Im Rahmen der internationalen Aktionswochen der Sparkassen-Finanzgruppe, die vom 3. bis 14. März bundesweit stattfinden, bietet auch die Kreissparkasse Heilbronn ihren Kunden zwei Veranstaltungen an. Am 7. März lädt das Institut Geschäftsführer von Unternehmen ein, die im Auslandsgeschäft tätig sind. „Der Erfahrungsaustausch ist uns sehr wichtig“, sagt Jochen Koenigsdorff, Gruppenleiter Kundenberatung Ausland. Die Kreissparkasse versteht sich als Plattform, auf der die Firmen aus der Region ihre vielfältigen Erfahrungen im Auslandsgeschäft einbringen können und die Banker mit ihrem Spezialwissen zur Verfügung stehen. Höhepunkt der Internationalen Wochen ist am 13. März der Besuch einer Unternehmerdelegation aus Indien im Unterland. „Dabei sollen wichtige Kontakte geknüpft werden – sowohl was indische Engagements in der Region angeht als auch Anbahnungen in Richtung Indien“, sagt Auslandschef Jürgen Schad. jup



Mehr als nur Basar: Der deutsche Handel mit Indien nimmt stark zu.

# Spannungsfeld Naher Osten im Fokus der Workshops

Im Rahmen der bundesweiten Aktionswochen vom 3. bis 14. März haben viele Sparkassen mit großem Engagement und viel Kreativität bewiesen: Wir können auch Ausland! Viele Kundenerveranstaltungen wurden auf die Beine gestellt, bei denen die internationale Kompetenz des Finanzverbundes unter Beweis gestellt wurde. So auch bei der Sparkasse Hohenlohekreises: In einer Veranstaltung über den „Nahen Osten“ konnten die Firmenkunden eine Region erleben, die derzeit hervorragende Chancen für ein wirtschaftliches Engagement bietet.

BETTINA SALAY  
Landesbank Baden-Württemberg  
DEBORA LANG  
Sparkasse Hohenlohekreises

Globalisierung und Technisierung sind die Schlagworte, die die immer mehr internationalen Märkte immer näher zusammenrücken lassen. So finden auch viele Unternehmen aus dem Hohenlohekreis neue Absatzmärkte über Grenzen hinweg. Auf den Radarschirmen erscheinen mehr und mehr auch die Vereinigten Arabischen Emirate und Katar. Dubai entwickelt sich dabei gerade zum zentralen Wirtschaftszentrum und idealen Ausgangspunkt, die Märkte der arabischen Welt zu erschließen.

Die Sparkasse Hohenlohekreises rückte denn auch am 12. März das „Spannungsfeld Naher Osten“ in den Fokus ihrer Kundenveranstaltungen. Dieses Kundenforum plus drei Workshops fanden innerhalb der Aktionswochen Internationales Geschäft der Sparkassen-Finanzgruppe statt. Interessierte Unternehmen aus dem Kreis profitierten dabei von den Informationen über die Region Nahost und deren wirtschaftliche Entwicklung und Perspektiven.

Geoffrey Lovell, Senior Executive Officer des LBBW Dubai Office, berichtete seinen Zuhörern lebendig und aus eigener Erfahrung über die Mentalität und die Art des Umgangs der Araber. „Ja heißt vielleicht und vielleicht heißt nein“ – so erklärte der gebürtige Engländer die Etikette seines neuen Wohnortes. Kein Araber würde ein „Nein“

aussprechen – das ist absolut unhöflich. So hofft auch Lovell, dass er nie eine Ablehnung aussprechen muss – und sich die Angelegenheit mit etwas Glück besser von selbst erledigt. Kommt der arabische Geschäftspartner mit drei Stunden Verspätung zum Termin, sei das man sich darüber nicht wundern. Ebenso wenig, wie wenn der Geschäftstermin unterbrochen wird, um die Mutter zum Bäcker zu fahren. Die Familie hat Priorität!

Dieser spannungsreichen und fremden Kultur steht die enorme wirtschaftliche Entwicklung Dubais sowie dessen gigantische Investitionsvorhaben gegenüber. Keine Region der Welt ist derzeit ein so großes Fest für Architekten, Bauunternehmer und deren Zulieferer. Zurzeit entsteht in Dubai der größte Flughafen der Welt – Al Maktoum International. 100 000 Flüge pro Jahr sind geplant, 120 Millionen Passa-

giere werden jährlich erwartet – dreimal so viele wie in Frankfurt und knapp doppelt so viele wie in Heathrow. Selbst in Saudi-Arabien sollen 624 Milliarden US-Dollar bis zum Jahr 2020 investiert werden. Die deutsche Ausfuhr nach Saudi-Arabien erhöhte sich im Jahr 2006 im Vergleich zum Vorjahr um 16 Prozent, in die Vereinigten Arabischen Emirate um 24 Prozent und nach Katar sogar um 49 Prozent.

Dennoch: Der Nahe Osten ist und bleibt eine völlig uneinheitliche und heterogene Region. Die Unterschiede im Lebensstil, die sozialen Rollen, insbesondere die der Frau, oder gar der Umgang mit Ausländern sind für uns oft sehr fremd. So werden in Saudi-Arabien soziale Fehlverhalten bei Ausländern sehr ernst genommen, Kino und Alkohol sind illegal. In anderen Teilen der Region Nahost ist man etwas toleranter. Der Vortrag von Lovell war pa-

ckend und lebensnah. Nach zwei Stunden hatten die Teilnehmer noch nicht genug. In gemühtlicher Runde wurde energiegelb diskutiert und Fragen beantwortet, so dass die Veranstaltung für die Sparkasse und die anwesenden Kunden ein voller Erfolg war.

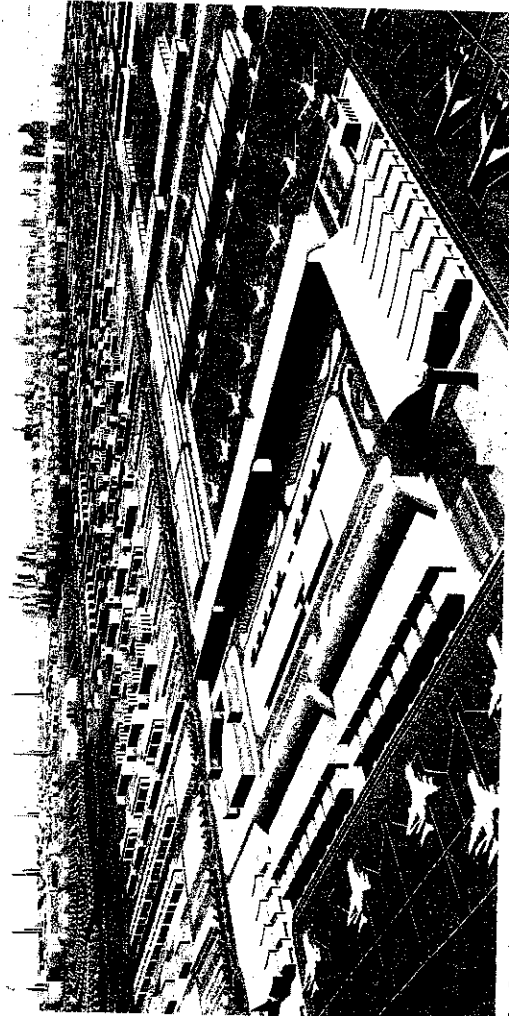
Auf Basis des vielseitigen Angebotskatalogs der LBBW gestalteten die Sparkassen gemeinsam mit der LBBW beziehungsweise LRP insgesamt 37 ganz unterschiedliche Veranstaltungen – vom Unternehmerfrühstück bis zum Abendempfang mit Themen von China bis hin zur Absicherung von Exportrisiken. Neun weitere Veranstaltungen sind auch über die Aktionswochen hinaus bereits fest geplant. Die Sparkassen haben mit ihren Veranstaltungen rund 1700 Firmenkunden erreicht – eine stolze Bilanz. „Es waren zwar für alle beteiligten Referenten anstrengende zwei Wochen. Wir freuen uns dennoch rie-

sig, dass unser Angebot von den Sparkassen so aktiv in Anspruch genommen wurde“, berichtet Gabriele Greiner, Leiterin der Abteilung Internationales Office und Business Development der LBBW. Bemerkenswert sei vor allem, dass sich Sparkassen ganz unterschiedlicher Größe und mit bislang unterschiedlich starker Ausrichtung auf das internationale Geschäft an den Aktionen beteiligten.

Auch Harald Cosert, beim Sparkassenverband Baden-Württemberg (SVBW) fürs internationale Geschäft zuständig, freut sich über die große Resonanz. Der SVBW hatte zusammen mit der LBBW und den anderen Kooperationspartnern ein regionales Paket für die Sparkassen geschnürt. Zusammen mit dem Dienstleistungspaket des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands (DSGV) hatten die Sparkassen viele praktische Ansatzpunkte, die internationale Kompetenz des Sparkassen-Finanzverbundes offensiv im Markt zu kommunizieren. Jeder Marketingexperte weiß: Wer sein Image – und damit seinen Erfolg – nachhaltig verändern will, muss am Ball bleiben. Für die einen war es eine Initialzündung, für andere ein konsequenter Schritt, die Aktionswochen für die Imagebildung im internationalen Geschäft zu nutzen. Jetzt heißt es, dieses gewonnene Vertrauen auch in Zukunft für die Kunden der Sparkassen erlebbar zu machen. Einerseits durch stetigen Know-how-Aufbau, andererseits durch geeignete Marketinginstrumente.

Die Zusammenarbeit mit dem Fachberater Internationales Geschäft der LBBW, wie die Sparkasse Hohenlohekreises sie seit gut einem halben Jahr praktiziert, ist hierzu eine gute Möglichkeit, die durch Ausbau der Kapazitäten bei der LBBW noch mehr Sparkassen zugänglich gemacht werden soll. Und: Die Sparkassen können das Angebotspaket mit Referenten-Pool und Infomaterial als Ideenfundus für zukünftige Aktionen nutzen.

Greiner ist jetzt schon gespannt: „Selbstverständlich stehen die Ressourcen der LBBW den Sparkassen auch in Zukunft zur Verfügung – wir freuen uns auf noch mehr kreative Ideen, gemeinsame Veranstaltungen – und schließlich auch gemeinsame Erfolge.“



Der Bau des neuen Flughafens zählt zu den größten Investitionsvorhaben in Dubai. Neben den zukünftigen Abfertigungshallen und Terminals soll außerdem eine neue Stadt rund um das neue „Ausgangsschild“ Dubai entstehen.

Sparkassenzeitung Dossier "Erfolgreich im Ausland"  
23.05.08

Sachsen Bank und LBBW-Niederlassung Leipzig informierten über die Chancen im Auslandsgeschäft

# Sprung in das Ausland mit den German Centres

Sachsen Bank und LBBW-Niederlassung Leipzig haben als Sparkassenzentralbank in Sachsen zur ersten offiziellen Veranstaltung in Sachsen eingeladen. Sie informierten im Rahmen der DSGV-Aktionswochen „Erfolgreich im Ausland“ Sparkassenvertreter und Unternehmer über die Chancen im Auslandsgeschäft. Im ersten Teil der Veranstaltung für Sparkassenvertreter aus Sachsen wurde tief ins Auslandsnetzwerk der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) eingetaucht. Der Vorsitzende des Vorstandes der Sachsen Bank, Harald R. Pfab, betonte einwichtig, das Auslandsgeschäft für die Sparkassen-Finanzgruppe zu erschließen. Er warb darüber hinaus für die Leistungsfähigkeit der LBBW und deren langjährige Expertise im Auslandsgeschäft.

MICHAEL FLÄMIG  
Landesbank Baden-Württemberg

Dr. Peter A. Kaemmerer, im Vorstand der LBBW verantwortlich für das internationale Geschäft, gab einen Überblick über die verstärkten Aktivitäten in wichtigen Wachstumsmärkten wie Indonesien, Dubai, Südkorea, Japan oder Russland. Seine Aussagen machten eines schnell klar: Die LBBW spricht nicht über künftige Möglichkeiten, sondern konkrete Angebote. Wenn ein Firmenkunde in Indonesien investieren will, kann der Kundenberater von Sparkasse oder Sachsen Bank klar sagen: Wir können Sie dabei unterstützen.

Kaemmerer forderte die Sparkassenvertreter auf, sich selbst ein Bild zu machen und die Auslandsniederlassungen und Repräsentanten der LBBW aktiv bei der Kundenakquise zu nutzen und anzurufen. Das mündete in dem Hinweis, dass es natürlich Teil des Angebotes ist, dass Aftuddin Tengku, Repräsentant der LBBW in Jakarta, bei Bedarf zusammen mit dem Firmenkundenbetreuer zum Beispiel in Meissen einen Termin wahrnimmt. Das sei in Baden-Württemberg bereits gelebte Realität, so Kaemmerer.



Experten informierten in Fachvorträgen geladene Unternehmer und Sparkassenvertreter über die wichtigsten Wachstumsmärkte im Ausland.

anstellung seine Arbeit im Freistaat aufgenommen hat. Er möchte die starken sächsischen Branchen stärker in deren Schlüsselmärkten unterstützen und freut sich dabei auf die Zusammenarbeit mit der Landesbank. Mit Blick auf das zunehmend zusammenwachsende Europa sagten Schneiderheine und Olaf Müller, Leiter internationalen Geschäft der LBBW-Niederlassung Leipzig, dass man bei dem Schritt ins Ausland zu kurz springe, wenn man nur auf die Lohnkosten schaue, da zum Beispiel eine russische Expedition ihren Fahrern mittlerweile im EU-Verkehr auch knapp 2000 Euro zahlen müsse, und das sei nicht viel weniger als in Deutschland.

Im anschließenden Get together konnten die Gespräche vertieft werden. Sparkassenvertreter hatten zum Teil eigene Unternehmenskunden eingeladen und viele Gäste konnten sich über den Neuanfang von Sachsen Bank und LBBW-Niederlassung Leipzig als künftige Impulsgeber für die regionale Wirtschaft ein Bild machen. Pfab brachte das auf folgende Formel: „Wir bleiben fest im Freistaat Sachsen verwurzelt.“

Die zentrale Veranstaltung war Teil des Angebotes der LBBW zu den DSGV-Aktionswochen. Gemeinsam mit den Stuttgarter Kollegen wurde für die Sparkassen in Sachsen ein umfangreiches „Auslandspaket“ zusammengestellt, mit dem die DSGV-Aktionswochen regional unterstützt wurden. Die Sparkassen konnten verschiedene Dienstleistungen einfach und kostenlos buchen: von der Kundenveranstaltung bis zur Broschüre. So gab es Weiterbildungsangebote zu den EU-Fördermöglichkeiten für KMU, ein Intensivseminar Exportfinanzierung oder ein Seminar zu Länderbetreuung, Auslandsnetzwerk und Europaservice der LBBW.

Für Kundenveranstaltungen der Sparkassen wurden insgesamt sieben Themenfelder zusammengestellt, für die Referenten der LBBW-Konzerns zur Verfügung standen. Die Angebote beschränkten sich übrigens nicht auf die Zeit der DSGV-Aktionswochen, auch künftig kann individuell gebucht werden.

Ein lebendiges Bild von der Breite der LBBW im Auslandsgeschäft zeigten Gabriele Greiner, Benedikt Hau und René Küpper. Greiner ist unter anderem für die German Centres zuständig, eine „Erfindung“ der LBBW. Diese fungieren quasi als „Inkubatoren“ für deutsche Unternehmen in den relevanten Wachstumsmärkten.

Das Motto der German Centres heißt dann auch „Ankommen, Auspacken und Loslegen“. Risikoarm und kostengünstig kann man in den German Centres erste Schritte wagen, ob nun in Mexiko-City, Peking oder Singapur. Hauptaugenmerk lag bei der Länder- und Bankbetreuung der LBBW und insbesondere den dabei gewählten Relationship-Ansätzen.

Die Relationshipmanager für die jeweiligen Länder koordinieren die Auslandsaktivitäten der LBBW und sind

erster Ansprechpartner für Auslandsbanken. Das neue Konzept der Sparkassen-Fachberater der LBBW für internationales Geschäft stellte Küpper vor. Die Fachberater begleiten die Sparkassen zu den Kunden bei allen Fragen rund um das internationale Geschäft. Im zweiten Teil der Veranstaltung im Medien-campus der Sparkasse Leipzig kamen im Rahmen einer Podiumsdiskussion die Unternehmer zu Wort.

Der ehemalige ZDF-Moderator Dieter Zimmerer diskutierte mit Bankentretoren und Unternehmern Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft. Neben Greiner saß Dr. Thomas Schneiderheine von MAN Financial Services Russland auf dem Podium. Er drängte zum Beispiel auf die schnelle Eröffnung eines German Centres in Moskau, da dies eine Bündelung von Kompetenzen verspre-

Aber auch das Publikum beteiligte sich intensiv an der Diskussionsrunde. Der Präsident der IHK Leipzig, Wolfgang Topf, verwies zum Beispiel auf die Unterschiede zwischen Konzernen und eigenuntergeführten Betrieben. Als kleiner Mittelständler habe man nicht die Personaldecke, für alle Risiken des Auslandsgeschäftes Experten einstellen zu können. Dafür brauche man langjährig erfahrene Partner. Dr. René Nitsche, Geschäftsführer der Schless GmbH in Achersleben, berichtete als Podiumsgast über seine intensiven Erfahrungen mit chinesischen Investoren. Bereits vor vier Jahren kam Schless unter das Dach der Shenyang Machine Tool Co Ltd.

Gespart waren viele Gäste auch auf Oliver Jötke, den neuen Geschäftsführer der sächsischen Wirtschaftsförderung, der erst zwei Tage vor der Ver-

**Landesbank Baden-Württemberg**

**International Business**

Postfach 10 60 49

70049 Stuttgart

Am Hauptbahnhof 2

70173 Stuttgart

Telefon +49 711 127-76220

Telefax +49 711 127-74317

[www.LBBW.de](http://www.LBBW.de)

[international@LBBW.de](mailto:international@LBBW.de)