



Nach China kommt Indien



Mittelständler aus dem hohen Norden erobert Indien

Im Zuge der globalen Verflechtungen ist auch der deutsche industrielle Mittelstand gezwungen, sich international aufzustellen. Zum einen wird weltweiter After-Sales-Service sichergestellt, zum anderen gibt es im Ausland interessante Nischenmärkte, die mittelständischen Unternehmen Marktchancen bieten. Das starke Wachstum in China hat allerdings den Blick verstellt, dass in Asien ein weiteres wirtschaftliches Schwergewicht noch schlummert: Indien.

DR. JÜRGEN HOLDHOF



Referenzprojekt von Edur im Bereich Umwälzpumpen für Klimatisierung und Kältetechnik in Indien

Hintergrund

Unterstützung im indischen Markt

Die WSH unterstützt als Serviceeinrichtung Unternehmen, die sich in Schleswig-Holstein verändern oder neu ansiedeln wollen. Sie wird zu 51% vom Land Schleswig-Holstein und zu 49% von den drei Industrie- und Handelskammern zu Flensburg, Kiel und Lübeck getragen. M+V hilft bereits seit über zehn Jahren mit etwa 40 Mitarbeitern deutschen Unternehmen, den indischen Markt zu erschließen. Das Beratungsunternehmen verfügt vor Ort über Büros in Neu Delhi, Mumbai und Pune.

Indien hat mit einer Bevölkerungszahl von etwa 1,1 Milliarden fast genauso viele Einwohner wie China. Von diesen verfügen allerdings etwa 250 Millionen über eine Kaufkraft wie der durchschnittliche EU-Bürger. Die Industrie wächst jährlich mit bis zu 12%. Der internationale Wettbewerb ist noch schwach ausgeprägt, da das Land über viele Jahre wirtschaftlich abgeschottet war. Im Maschinen- und Anlagenbau herrscht vielerorts ein Investitionsstau, der insbesondere durch westliche Technologie behoben werden kann. Deutsche Produkte genießen ein hohes Ansehen. Traditionell sind die Beziehungen zu Deutschland auf den verschiedensten Ebenen hervorragend. Dies sind die Rahmenbedingungen, unter denen der indische Markt als interessantes Betätigungsfeld auch für deutsche Mittelständler erscheint.

Markterschließung

Zur Bearbeitung neuer Auslandsmärkte empfiehlt sich generell ein schrittweises analytisches Vorgehen. Für Unternehmen ähnlicher Größenordnung wie der Edur-Pumpenfabrik sollte auf Alleingänge verzichtet und auf erfahrene Partner zurückgegriffen werden. Mit Unterstützung der Wirtschaftsförderung Schleswig-Holstein (WSH) und unter Federführung von Maier + Vidorno (M+V), Köln, wurde am 1. April letzten Jahres in Neu Delhi ein Gemeinschaftsbüro eröffnet, in dem systematisch

der Markteintritt vorbereitet und durchgeführt wurde. Anders als die Partner hatte Edur bis zu diesem Zeitpunkt mit Ausnahme von Ersatzlieferungen noch keinerlei Erfahrungen auf dem indischen Markt.

Oberflächlich betrachtet ergibt sich für einen Pumpenhersteller in einem neuen Markt ein sehr großes Betätigungsfeld. Die Versorgung mit Trinkwasser und ebenso die Abwasserentsorgung berühren die Urbedürfnisse der Menschen und sind ohne Pumpen nicht darstellbar. Daher gehört die Pumpenindustrie bei der Industrialisierung eines Landes mit zu den ersten Industriezweigen, die sich ansiedeln. Heute verfügen sämtliche Industrie- und Schwellenländer über eigene Pumpenhersteller. Entsprechend hoch ist die Wettbewerbsdichte. Indien bildet keine Ausnahme. Vielmehr arbeiten hier derzeit etwa 500 Pumpenhersteller mit etwa 30 000 Beschäftigten. Der Jahresausstoß beläuft sich auf 1,2 Millionen Pumpen, die im Wesentlichen zur Wasserversorgung, zur Bewässerung und in der Industrie eingesetzt werden. Schätzungsweise 95% sämtlicher Einsatzfälle können durch lokale Produkte gedeckt werden. Hohe Wettbewerbsdichte

und teilweise ungenügende Auslastung der indischen Hersteller bewirken zudem einen Verfall der Marktpreise. Es herrscht ein Käufermarkt. Nachteilig für neue ausländische Anbieter sind zudem ein in Indien ausgeprägtes konservatives Kaufverhalten, die Tendenz zum „buy at home“ und das Auftreten insbesondere chinesischer Pumpenhersteller, die

„Wir überlegen genau, mit welchen Produkten wir in den indischen Markt gehen, denn nicht überall schlummert das gleiche Millionen-Potenzial.“

Dr. Jürgen Holdhof, Geschäftsführer der Edur-Pumpenfabrik in Kiel



Der Autor ist Geschäftsführer der EDUR-Pumpenfabrik in Kiel.

die lokalen indischen Anbieter preislich noch unterbieten.

Diese Marktpotenzialanalyse liefert ein Szenario, das vertriebliche Aktivitäten zunächst wenig erfolgreich erscheinen lässt. Da also ein interessanter Markt, wenn überhaupt, nur in Nischen zu finden ist, sind weitere Untersuchungen erforderlich:

- Stärken/Schwächen-Profil: Welche Vor- und Nachteile besitzen die Wettbewerber im Vergleich zum eigenen Unternehmen?
- Absatzplanung: Welche Produkte sollen in welchen Marktsegmenten, in welchem Zeitraum und zu welchen Preisen mit welchen Volumina abgesetzt werden?
- Ergebnisplanung: Zu berücksichtigen sind nicht nur Marktpreise, Volumen und Herstellkosten, sondern auch Wettbewerbsentwicklungen, Handelshemmnisse, Absatzkanäle, gesamtwirtschaftliche Perspektiven und mögliche Synergien.
- Lokale technische Normen und sonstige Standards.
- Angemessene Absatzkanäle für Vertrieb und After-Sales-Service.
- Marketingmaßnahmen.
- Vertragswesen.

Für einen mittelständischen Pumpenhersteller ergeben sich daraus folgende Ansatzpunkte:

1. Die Wettbewerbsdichte bei industriellen Anwendungen ist relativ gering. Hauptabnehmer sind hier die Chemie, Zuckerverarbeitung, Textilindustrie, Papierverarbeitung und Pharmazie.

2. Die Marktpreise für hochqualitative Produkte mit hohen Wirkungsgraden und großer Zuverlässigkeit sind höher als für lokale Standardprodukte. Auch indische Abnehmerkreise honorieren Prämiqualität.

3. Nischenprodukte für bestimmte Anwendungen sind auf dem indischen Markt noch nicht verfügbar, obwohl Bedarf besteht.

Chance in der Nische

Nischenprodukte mit Alleinstellungsmerkmalen und interessanten Marktvolumina sind für Edur Mehrphasenpumpen und Freistrompumpen. Die Mehrphasenpumpen können Flüssigkeiten mit Gasen anreichern und etwa Anlagen zur Abwasseraufbereitung nicht nur stark vereinfachen und optimieren, sondern auch zuverlässiger machen. Zielmarkt für diese Produkte ist die Umwelt- und Verfahrenstechnik mit interessanten Möglichkeiten. Vor allem die Abwasseraufbereitung befindet sich in Indien noch im Entwicklungsstadium. Das jährliche Marktvolumen für Wasser- und Abwasseraufbereitung wird auf etwa 1,6 Milliarden Dollar mit jährlichen stabilen Zuwachsraten von bis zu 15% geschätzt. Neben der Bevölke-



Lebensmittelverarbeitung in Indien; in solchen Bereichen sind besondere Pumpentypen gefragt, die auch deutschen Mittelständlern einen Erfolg versprechenden Markteintritt bieten.

rung selbst sind die Hauptverursacher für die Schwerstverschmutzung vor allem Industriebetriebe aus den Bereichen Chemie, Petrochemie, Metall und Lebensmittelverarbeitung. Indische Anlagenbauer verfügen zwar über das Aufbereitungs-Know-how, nicht jedoch über die moderne Pumpentechnologie. Erste Referenzanlagen mit der Edur-Pumpentechnik gehen in Kürze in Betrieb.

Vertriebsorganisation

Im Augenblick laufen noch alle Anfragen über das Gemeinschaftsbüro in Neu Delhi zusammen. Ziel ist es, für den indischen Markt eine eigene Vertriebsorganisation aufzubauen und den After-Sales-Service zu organisieren. Dabei gibt es von der Gründung einer eigenen Verkaufsniederlassung bis hin zur Zusammenarbeit mit selbständigen Händlern verschiedene Möglichkeiten. Mittelfristig scheint es am Erfolg versprechendsten, einen eigenen Mitarbeiter einzustellen und diesen in die Infrastruktur des Gemeinschaftsbüros einzubetten. Dadurch können einerseits die Anlaufkosten relativ gering gehalten werden und andererseits Zielmärkte und Zielkunden optimal betreut werden. Die preiswertere Alternative mit einer Händlerorganisation dürfte ausscheiden, da diese in der Regel nicht über das zur Marktbearbeitung notwendige Fachwissen verfügt und dann zwangsläufig in sinnlosen und nicht erfolgreichen Preisdiskussionen endet.

Alles in allem muss der interessierte Mittelständler in Indien erfahrungsgemäß wohl mit einer Anlaufphase von etwa zwei Jahren rechnen. ■

Weitere Informationen:

www.process.de



InfoClick

125613

- Das Pumpen-ABC von Edur
- Informationen zu Maier + Vidorno
- Zur Wirtschaftsförderung Schleswig-Holstein



Fax Edur: +49 (04 31) 68 98 - 8 00