

Chancen für deutschen Mittelstand in Indien



Indien ist einer der größten Wachstumsmotoren Asiens und ein faszinierendes Land, gekennzeichnet durch kulturelle Vielfalt, und die stabilste Wirtschaftsmacht der BRIC-Staaten. Kleine und mittelständische Unternehmen profitieren mittlerweile von gewinnbringenden Geschäftschancen auf dem indischen Markt. Deutschland ist Indiens wichtigster Handelspartner in der EU.

Nach Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) wird in der Milliardennation Indien (1,26 Milliarden Einwohner im Vorjahr) ein größeres Wirtschaftswachstum erwartet als in China, wo 2015 zum ersten Mal seit 1990 ein geringeres Wachstum im Vergleich zu Indien registriert wurde. Die steigende Binnennachfrage macht Indien zu einem Garant für solides Wachstum. Zuletzt beschleunigte sich das Wirtschaftswachstum und lag bei 7,4 Prozent. Unabhängige Experten und die indische Regierung unter Premierminister Narendra Modi sind einhellig der Meinung, dass das Potenzial noch nicht ausgeschöpft ist. Die Regierung plant wichtige Reformen, unter anderem in den Bereichen Arbeitsmarkt, Landbesitz, Bürokratieabbau und Steuerrecht. Weiterhin sollen die Infrastruktur und der Zugang für ausländische Investoren mit Hilfe verschiedener Innovationsprogramme erheblich verbessert werden, zum Beispiel mit Innovationsprogrammen wie Make in India, Digital India, Clean India, 100 Smart Cities oder die corridor projects.

Indien ist nicht nur als Absatzmarkt, sondern auch zunehmend als Produktionsstandort für deutsche Unternehmen interessant. Dennoch gestalten sich der Markteintritt und -ausbau für viele Unternehmen oftmals als zeitintensives und kostspieliges Unterfangen. Marktspezifische Barrieren und unternehmerische Herausforderungen wie interkulturelle Hintergründe erschweren eine rasche, strategische Markterschließung.

Deutsche Unternehmen, die in Indien mit einem lokalen Vertriebspartner arbeiten, stellen häufig fest, dass die Vertriebsziele nicht erreicht werden und der Wettbewerber zunehmend Marktanteile gewinnt. Unternehmen mit einer eigenen Niederlassung vor Ort agieren wesentlich erfolgreicher auf dem Markt, sofern sie die passenden Mitarbeiter im Team haben. Die Personalauswahl und der Aufbau eines indischen Teams erfordern Wissen über die Besonderheiten der Kultur und lokale, marktspezifische Fachkenntnisse.

Weiterhin sind Planung und Umsetzung der Marketingstrategie häufig unzureichend. Abhängig von der Branche führt eine reine Adaption deutscher Produkte auf dem indischen Markt erfah-

rungsgemäß nicht zum Erfolg. Obwohl deutsche Produkte einen hervorragenden Ruf in Indien genießen, tendieren die Kunden dort zu den niedrigpreisigen Produkten der chinesischen Konkurrenz. Um das Marktpotenzial optimal auszuschöpfen ist es daher notwendig, eine kulturspezifische Personal-, Marketing-, Produkt- und Vertriebsstrategie zu entwickeln und vor Ort zu implementieren.

Der BVMW Indien ist mit genau dieser Thematik des indischen Marktes bestens vertraut und unterstützt deutsche Unternehmen vor Ort gemeinsam mit seinen Partnerverbänden (zum Beispiel EEPC, CII, SME Chamber of India und FICCI). Direkte Ansprechpartner sind Daniel Raja und Yvonne Julia Metzger. Dahinter stehen weitere Experten aus der deutsch-indischen Industrie, unter anderem ehemalige Führungskräfte von Mercedes Benz, Metro Cash & Carry, Lanxess. Die einzigartige Kombination aus Verbandsnetzwerk und Branchenexpertise bietet Mitgliedern des BVMW, die vor dem Markteintritt nach Indien stehen oder das Geschäft vor Ort ausbauen wollen, wertvolles Know-how zur indischen Geschäftskultur und einen zuverlässigen Partner für die individuelle Beratung und Betreuung. Deutsche Unternehmer können die enge Zusammenarbeit mit dem indischen Wirtschaftsministerium, indischen Wirtschaftsorganisationen und Partnerverbänden, namhaften Repräsentanten der Advisory Boards indischer Unternehmen mit internationalen Interessen für sich nutzen. Das Angebot des BVMW reicht von Veranstaltungen zum Technologietransfer in indischen Wirtschaftsmetropolen über Delegationsreisen wie zum Beispiel auf die IESS-Fachmesse (India Engineering Sourcing Show) bis hin zu Workshops und Seminaren in Deutschland zu den Themen Einkauf, Vertrieb und interkulturelles Geschäftsleben. Indien war, ist und bleibt ein komplexer Markt. Wer diesen Markt in Zeiten von Globalisierung und Digitalisierung richtig zu nutzen weiß, schafft eine wirtschaftliche Säule für die eigene unternehmerische Zukunft und kann von dem Strom der Entwicklung profitieren. Moderne und High-Tech machen Indien zu einem beliebten Technologiestandort mit fruchtbarem Boden für Innovationen und Investitionen. ■



Yvonne Julia Metzger
Leiterin Verbindungsbüro
BVMW Indien



Daniel Raja
Leiter Auslandsbüro Indien

[www.bvmw.de/
auslandsvertretungen](http://www.bvmw.de/auslandsvertretungen)