

# Komplexer Boommarkt Indien



Waseem Hussain

Man hört es immer wieder: Schweizer KMU könnten es sich in der heutigen Zeit nicht mehr leisten, sich vom indischen Markt fernzuhalten. Die Nachfrage nach Technologie und Produkten nehme ungebrochen zu, die Verfügbarkeit an Ressourcen sei beinahe unerschöpflich und die Geschäftsmöglichkeiten seien vielfältig wie nie zuvor. In der Tat ist das anhaltende Wachstum der indischen Wirtschaft beeindruckend. Ein Bruttoinlandsprodukt, welches jährlich um über 8 Prozent wächst, Fremdwährungsreserven, die inzwischen 200 Milliarden US-Dollar übersteigen, und 140 Millionen Konsumentinnen und Konsumenten, die kaufkräftig und -willig sind, verheissen gute Geschäfte.

Indien ist zwar ein attraktiver Absatz- und Beschaffungsmarkt. Wegen seiner Grösse ist es aber auch komplex. Oft wirken die Herausforderungen gross und die Hindernisse abschreckend. Seit 1991 wird die Wirtschaft zwar nach und nach liberalisiert. Trotzdem sind viele Branchen immer noch überreguliert, teilweise um die einheimischen Marktteilnehmer zu schützen, teilweise weil der politische Wille zur Deregulierung fehlt. Einzelne Artikel des Arbeitsgesetzes befriedigen nach wie vor kommunistische Bedürfnisse, statt die kommerziellen Ziele der Arbeitgeber und die sozialen Anliegen der Arbeitnehmer unter einen Hut zu bringen. Und als vergangenes Jahr die Grundzölle für Industrieprodukte von 15 auf 12,5 Prozent gesenkt wurden, tauchten anderswo neue Sonderabgaben und steigende Subventionen auf.

Auf seinen 3,3 Millionen Quadratkilometern Fläche leben 1,1 Milliarde Menschen in 28 selbstverwalteten Bundesstaaten sowie in sieben von der Hauptstadt Neu

## DER ECB CODE KÖNNTE SCHWEIZER KMU EINEN NEUEN MARKT FÜR ENERGIE- UND UMWELTECHNOLOGIEN ERÖFFNEN

Delhi direkt verwalteten Unionsterritorien. Jeder Wirtschaftsraum hat seine eigenen Gesetze (geschriebene wie ungeschriebene) und Mechanismen, über die sich weder einheimische noch ausländische Unternehmen hinwegsetzen können.

Nicht von ungefähr wird Indien eine Föderation regionaler Märkte genannt. Dies bedeutet auch, dass es schwierig ist, Indien nach geografischen Branchenclustern zu unterteilen. Zwar sind Bangalore, Hyderabad und Pune die drei wichtigsten Zentren der Informatik, aber es gibt in anderen Städten ebenfalls gute Dienstleister, wo zudem qualifiziertes Personal weniger knapp ist. Bei Automobilzulieferern gilt der Bundesstaat Maharashtra als Kern-

## IN INDIEN LEBEN RUND 140 MIO. MENSCHEN, DIE IHR EINKOMMEN FÜR QUALITATIV HOCHWERTIGE MARKENPRODUKTE AUSGEBEN MÖCHTEN

markt. Doch die führenden Hersteller für Lenksysteme, Sitze und Scheibenbremsen sind in Haryana, Karnataka und Bengalen ansässig.

Sowohl die schweizerische als auch die indische Regierung sind bemüht, die Rahmenbedingungen für die bilateralen Handelsbeziehungen zu verbessern. Konkret prüfen beide Staaten die Möglichkeit eines Freihandelsabkommens, die Senkung der Zölle für Industriegüter, den Schutz des geistigen Eigentums sowie die Erneuerung des Luftfahrtabkommens. Für Schweizer KMU würde sich eine allfällige Senkung der Importzölle und anderer Abgaben auf indischer Seite besonders vorteilhaft auswirken. Heute verteuern solche Zölle und Abgaben ausländische Güter um etwa ein Viertel ihres Einfuhrwertes, was deren Wettbewerbsfähigkeit massiv einschränken kann.

Die zurzeit laufenden Verhandlungen deuten zwar darauf hin, dass die tarifären Handelshemmnisse durch die indische Regierung abgebaut werden. Doch dürfen hier weder schnelle noch grosse Schritte erwartet werden.

Etwas progressiver dürfte die indische Regierung bei den Bedingungen für ausländische Direktinvestitionen vorgehen. Besonders wegweisend war die kürzliche Öffnung des Telekommunikations- und Einzelhandels, beides strategisch wichtige Branchen, wo es ausländischen Firmen nun erlaubt ist, die Kapitalmehrheit an einer in Indien eingetragenen Firma zu halten. ►►

Neu sind auch 100 Prozent ausländische Direktinvestitionen in der Tourismusbranche möglich. In Indien sollen neue Reisedestinationen erschlossen werden, was gleichzeitig den Ausbau der dazu benötigten Infrastruktur bedeutet. In den nächsten zehn Jahren werden in Indien an die 40 Millionen Touristen erwartet, was einen Boom in der Flug-, Eisenbahn- und Hotelbranche bewirken dürfte. Diese Entwicklungen bergen viele Möglichkeiten auch für Investoren und Zulieferer aus der Schweiz, die hoffentlich von den verbesserten Rahmenbedingungen profitieren werden.

## EIN BRUTTOINLANDSPRODUKT MIT JÄHRLICH ÜBER 8 PROZENT WACHSTUM

Interessant ist auch der soeben erlassene Energy Conservation Building Code (ECBC) für die Bauindustrie. Die darin enthaltenen Empfehlungen sind zwar rechtlich nicht bindend, doch zielen sie darauf ab, die Energieeffizienz beim Bauen zu verbessern. Dies könnte den zahlreichen Schweizer KMU, die im Energie- und Umweltbereich Technologien entwickeln, einen neuen Markt eröffnen.

Noch zu wenig beachtet wird die potenzielle Marktgrösse für Konsumgüter. In Indien leben rund 140 Millionen Menschen, die ihr Einkommen für qualitativ hochwertige Markenprodukte ausgeben möchten, aber auch preisbewusst sind. Wir haben den indischen Markt für Körperpflegeprodukte untersucht und festgestellt, dass von den erwähnten 140 Millionen Menschen etwa 17 Millionen Frauen im Alter zwischen 18 und 42 Jahren zur Zielgruppe für solche Markenprodukte gehören.

## DIE SCHWEIZ UND INDIEN PRÜFEN DIE MÖGLICHKEIT EINES FREIHANDELSABKOMMENS

Die grosse Binnennachfrage trägt nicht nur wesentlich zum indischen Wirtschaftswachstum bei, sondern auch zur Verbesserung und Vergrösserung der dortigen Fertigungskapazitäten. In Indien kann man heute Rohstoffe und Halbfabrikate in guter Qualität beschaffen. Immer mehr ausländische Firmen veredeln und integrieren die so beschafften Güter vor Ort in Indien, um den lokalen oder regionalen Markt zeitnah und kostengünstig beliefern zu können. Dies wiederum bedeutet, dass neueste Technologien und Prozesse nach Indien transferiert werden, die auch für westliche Auftraggeber oder strategische Partner nützlich sind.

Die Komplexität Indiens verdeutlicht, dass der Markt vor einem Eintritt gründlich analysiert, eine Strategie entwickelt und dann erst das Geschäft angebahnt werden sollte. Eine Schwäche auf dem Heimmarkt durch den Gang nach Indien wettmachen zu wollen, wäre verhängnisvoll. Denn um in Indien erfolgreich zu sein, ist es wichtig, selbstbewusst, stark und ausdauernd zu sein. ◀

**Waseem Hussain** ist Managing Director der Marwas AG, einer auf schweizerisch-indische Geschäftsbeziehungen spezialisierten Unternehmensberatung.



**Berner Fachhochschule**  
Technik und Informatik  
Managementzentrum Bern

CAS in International Management –  
Executive MBA in International Management

### Learn how to deal with the increasing globalization

Erwerben Sie das Rüstzeug für ihren globalen Marktauftritt. Gewinnen Sie Einblicke in international tätige Unternehmen und lernen Sie die drei wichtigen Kulturkreise USA, China und Russland kennen. Sie können dieses Programm mit einem Certificate of Advanced Studies CAS abschliessen oder damit auf Grundlage eines bereits besuchten Nachdiplomstudiums den Executive MBA BFH erwerben.

**Kosten:** CHF 16'000 für Unterricht und Unterkunft, ohne Flüge  
**Start:** April 2008

Weitere Informationen erhalten Sie beim Managementzentrum Bern unter [www.emba.ch](http://www.emba.ch), Mail: [office.emba@bfh.ch](mailto:office.emba@bfh.ch).

Dieses Programm wird mit drei internationalen Partnerhochschulen durchgeführt:

  
**BABSON**  
Babson College Boston, USA:  
Financial Times Rating "No 1 in  
Entrepreneurial Studies worldwide"

  
Shanghai Jiao Tong University, China  
Asiaweek Rating "SJTU is No 3 in  
China"

  
State Polytechnic University of St.  
Peterburg: "SPSU is No 2 in Russia"

[www.emba.ch](http://www.emba.ch)