

GO TO MARKET

GESCHÄFTSAUFBAU IN VIETNAM UND DEN PHILIPPINEN

SCHWERPUNKT: KINDERPRODUKTE

03.–08. JUNI 2018

- Marktvorbereitung
- Geschäftsreise
- Nachbereitung



*Association of South East Asia Nations (Brunei, Indonesien, Kambodscha, Laos, Malaysia, Myanmar, Philippinen, Singapur, Thailand und Vietnam)

Neue Märkte erschließen mit den passenden Partnern

Sehr geehrte Unternehmer/-innen,

die Konsumentenmärkte in Südostasien wachsen weltweit am schnellsten. Mit knapp **640 Millionen Verbrauchern** bieten die zehn ASEAN*-Staaten ein Marktpotential, das größer ist, als das der Europäischen Union.

Insbesondere in den Ländern mit mittleren Einkommen wie Vietnam und Philippinen bildet sich zunehmend eine kaufkräftige Mittelschicht. Der Nachholbedarf im Konsumgüterbereich ist dabei groß.

Mit über **4 Millionen Neugeborenen** in Vietnam und den Philippinen allein in 2016, bieten diese beiden Länder hohe Absatzpotenziale für Ihre Produkte. Eltern der Ober- und Mittelschicht fühlen sich zu internationalen Produkten hingezogen. Bedarf besteht v.a. an hochwertigen Produkte im Bereich (Lern-) Spielzeug, Bekleidung, Unterhaltung und Bildung.

Wir machen neue Absatzmärkte transparent

Die ASEAN-Länder sind stark heterogen. Daher gilt es beim Markteinstieg die

Unterschiede der Länder zu kennen, zu verstehen und entsprechend zu bedienen.

Als Unternehmen müssen Sie hierfür Zeit und Ausdauer mitbringen. Die Vorbereitung auf den Markteinstieg ist ein entscheidender Faktor für **Geschäftserfolg und Umsatzsteigerung** auf ausländischen Absatzmärkten.

Das **GO TO MARKET** Projekt setzt an genau dieser Stelle an und unterstützt Unternehmen beim strukturierten Geschäftsaufbau in Vietnam und den Philippinen.

Mit diesem Format positionieren wir Ihre Produkte zielgenau und bringen Ihr Unternehmen **zeit- und kostensparend** auf die südostasiatischen Zukunftsmärkte.

Die richtigen Kontakte sind ihr Erfolgsfaktor

Wir treffen eine an Ihren Anforderungen orientierte Vorauswahl und arrangieren für

Sie **Termine mit potenziellen Geschäftspartnern und Händlern** in Vietnam und auf den Philippinen. Dabei stehen wir Ihnen auch in der Einschätzung der Verlässlichkeit und Vertriebsqualitäten der Kontakte zur Seite.

Nutzen Sie unsere Erfahrung, Marktkenntnisse und unser Netzwerk! Die Auslandshandelskammern (AHKs) sind mit über 130 Büros an 90 Standorten weltweit für Sie vor Ort.

Ihr Erfolg in Südostasien ist unser gemeinsames Ziel. Wir freuen uns über Ihr Interesse und auf die Zusammenarbeit mit Ihnen.

Mit freundlichen Grüßen,

Ihre



Eva Puchala

PROJEKTKONZEPT UND INHALTE IM ÜBERBLICK

ZIELMÄRKTE: VIETNAM UND PHILIPPINEN

ZIEL

Geschäftsaufbau in Vietnam und den Philippinen

MASSNAHME

Individuelle Treffen mit potentiellen Geschäftspartnern, Händlern und Vertriebspartnern in Ho Chi Minh Stadt und Manila

BRANCHE

Konsumgüter, im Speziellen Kinderprodukte

PRODUKTGRUPPEN

- Spielzeug und Lernspiele
- Transport & Sicherheit
 - Kinderwagen, Tragetaschen und Autositze
 - Fahrräder
- Wohnen / Ausstattung
 - Kinderzimmer, Kindergärten und Schulen
 - Spielplätze und -hallen
- Schulbedarf und kreatives Gestalten
- Bekleidung
- Pflege, Ernährung und Gesundheit
- Lizenzartikel und nachhaltige Produkte

WEITERE THEMEN

Design, Marketing, Produktsicherheit, Zertifizierung und E-Commerce

ZIELGRUPPE

Das Programm richtet sich an die Geschäftsführung und Vertriebsleitung

TEILNEHMERZAHL

Das Projekt ist aufgrund einer stark individuellen Herangehensweise auf maximal 8-12 Unternehmen begrenzt



PROGRAMMABLAUF

Wir begleiten Sie auf einer 5-tägige Geschäftsreise nach Ho Chi Minh Stadt und Manila. Das Projekt besteht aus drei Teilen, beinhaltet eine intensive Vor- und Nachbereitungsphase mit folgenden Besonderheiten:

1. BRANCHENTREFFEN März/April 2018

THEMEN:

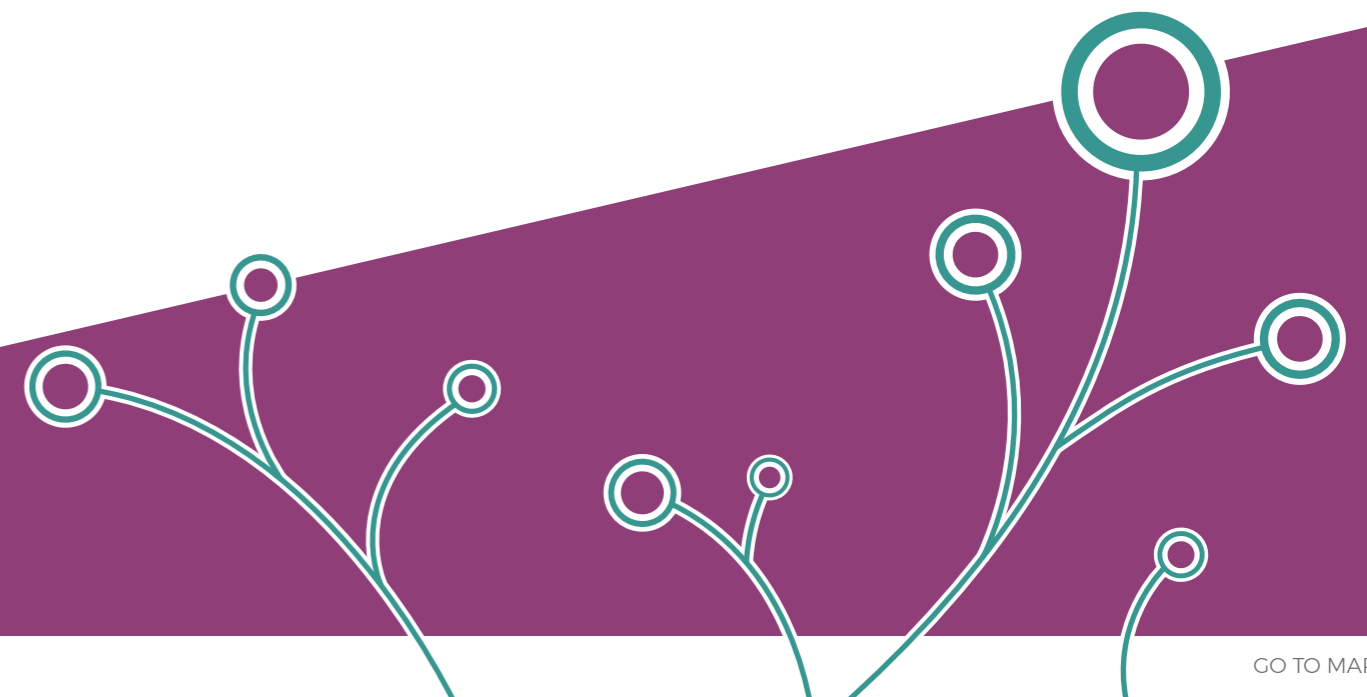
- Geschäftsaufbau in der ASEAN-Region
- Markt- und branchenspezifische Informationen
- Landesspezifische Besonderheiten im Konsumentenmarkt
- Wettbewerbssituation Vietnam und Philippinen
- E-Commerce
- Berlin, 23. März 2018 | München, 20. April 2018

2. GESCHÄFTSREISE 03.-08. Juni 2018

- Individuelle Marktsondierung bezogen auf Ihre Produkte und Erwartungen an die jeweiligen Märkte
- Identifizierung potenzieller Geschäftspartner, Terminvereinbarung und Begleitung vor Ort
- Länderspezifische Vertriebsseminare an beiden Standorten
- Attraktives Rahmenprogramm zum Aufbau eines lokalen Netzwerkes
- Besichtigung deutscher Produktionsstätten

3. NACHBEREITUNG DER REISE September 2018

- Follow-Up Termin in Deutschland
- Gemeinsame Evaluierung der Geschäftsreise
- Nächste Schritte: Ausblick und weitere Maßnahmen



POTENZIAL FÜR KONSUMGÜTER IN VIETNAM UND DEN PHILIPPINEN

- Vietnam und die Philippinen bilden gemeinsam einen Absatzmarkt von fast 200 Millionen Konsumenten.
- Die Bevölkerung ist jung, durch die Medien aufgeklärt, trendgeleitet, gesundheits- und sicherheitsbewusst und hungrig nach internationalen Marken und Produkten. Dieser Trend wird durch steigende Einkommen befeuert.
- Besonders für den Nachwuchs ist das Beste nicht gut genug. Deutsche Produkte überzeugen durch Qualität, Design und Sicherheitsaspekte und stehen besonders hoch im Kurs.
- Die ASEAN-Region ist der achtgrößte Konsumentenmarkt weltweit. Ausgaben im Bereich der Konsumgüter stiegen von 2009-2014 um 30%.

„ Die Erziehung, Ausbildung und Förderung des Kindes spiegelt in Asien den Status der Familie wieder. “

Maika Armann, Inhaberin Tatini Pte. Ltd.,
Business Development ASEAN

„ Spielwaren aus Deutschland zeichnen sich durch ihr attraktives Design, ausgezeichnete Qualität sowie ihre Vielfalt aus. Wir importieren Spielwaren aus Deutschland, um die Sicherheit der Kinder gewährleisten zu können. “

Dang Thi Hong Hai, Direktorin der Hanoi Niederlassung -
Viet Tinh Anh Limited Company



„ Die vom stationären Einzelhandel unterversorgten Konsumenten wenden sich stärker dem Onlinehandel zu, welcher große Produktvielfalt auch in entlegenen Gebieten verfügbar macht und eine erhebliche Angebotslücke füllt. “

Constantin Robertz, Managing Direktor,
Zalora Philippines, Manila



„ Das vorhandene Angebot an internationalen Marken deckt nicht die Nachfrage. Zusätzlich ist der Zugang über vereinzelt Fachgeschäfte unzureichend. “

Ruthie Dao, Gründerin und Inhaberin,
Bama Kids Cafe, Ho Chi Minh Stadt

NEUGEBORENE
Vietnam

1,6
Millionen
in 2016

2

GEBURTEN
pro Frau in Vietnam

GEBURTEN
pro Frau auf
den Philippinen

3

NEUGEBORENE
Philippinen

2,5
Millionen
in 2016

DIE ENTWICKLUNG DER ASEAN-REGION IM ÜBERBLICK

Südostasien lockt mit einer lebhaften und stabilen Konjunktur. Die Wirtschaft der Staatengemeinschaft ASEAN erreichte 2017 ein Volumen von rund 2,4 Billionen USD und stellt die siebtgrößte Volkswirtschaft der Welt dar. Bis 2050 soll ASEAN weiter auf Rang vier vorrücken.

Die ASEAN-Region wächst und mit ihr wachsen die Chancen für Geschäftserfolge ausländischer Unternehmen.

720
Millionen
in 2030

KONSUMENTEN
Drittgrößte Region weltweit
(hinter China und Indien)

640
Millionen
in 2017

250
Millionen
in 2017

400
Millionen
in 2020

MITTELKLASSE
Aufschwung durch
wachsende Mittelklasse
zu erwarten

3,5
Mrd. USD
2017

90
Mrd. EUR
in 2025

E-COMMERCE
Südostasien zählt zu den
aktuell vielversprechendsten
E-Commerce-Märkten

BIP-WACHSTUM 2017

ASEAN-Region

4,9%

Vietnam

6,5%

Philippinen

6,8%



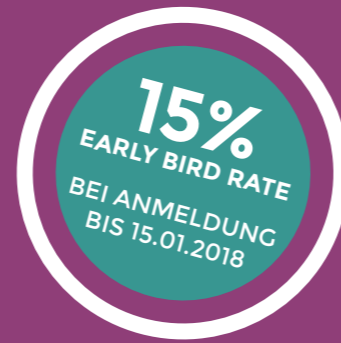
„ Die wachsende Bevölkerung, ein Wirtschaftswachstum von knapp 7% und eine Zunahme des Familieneinkommens in den Städten sind gute Voraussetzungen, um neue Baby- und Kinderprodukte auf den philippinischen Markt zu bringen. “

David Abrenilla, Founder and CEO of Mediacom Solutions Inc. & organizer of the Baby, Kids and Family Expo Philippines



KOSTEN

Der Teilnahmebeitrag am **GO TO MARKET** Projekt richtet sich nach Ihrer Unternehmensgröße:



- **Kleine Unternehmen: 6.000 Euro | 5.100 Euro** (Early Bird)
Unternehmen mit weniger als 1 Mio. Euro Jahresumsatz und weniger als 10 Mitarbeitern
- **Mittlere Unternehmen: 7.500 Euro | 6.375 Euro** (Early Bird)
Unternehmen mit weniger als 50 Mio. Euro Jahresumsatz und weniger als 500 Mitarbeitern
- **Große Unternehmen: 11.500 Euro | 9.775 Euro** (Early Bird)
Unternehmen ab 50 Mio. Euro Jahresumsatz oder mehr als 500 Mitarbeitern

Weitere Anmerkungen:

- Teilnehmer tragen ihre individuellen Reisekosten (Flug, Hotel, Verpflegung und Transport) selber
- Der Teilnehmerbeitrag wird nach Anmeldung in Rechnung gestellt
- Preise sind Nettoangaben
- Teilnahmebeitrag eines weiteren Teilnehmers aus dem gleichen Unternehmen beträgt 290,00 Euro

HABEN WIR IHR INTERESSE GEWECKT?

Kontaktieren Sie uns bei Interesse und Fragen zum Projekt.
Gerne senden wir Ihnen Informationen und das vollständige Programm zu:
mail@puchala-ime.com

KONTAKTE:



Eva Puchala
AHK ASEAN
Repräsentantin, Berlin
mail@puchala-ime.com
+ 49 (0)17695594707



Charlotte Bandelow
AHK Philippinen
Stellv. Geschäftsführerin, Manila
charlotte.bandelow@gpcci.org
+63 (0)2 519 8110 loc. 822



Le Thi Hai Duong
AHK Vietnam
Leiterin Handelsabteilung, HCMC
Duong.LeHai@vietnam.ahk.de
+84 (28) 3822 7537

FACHPARTNER:



MEDIENPARTNER:



BRANCHENPARTNER:



IMPRESSEUM:

Eva Puchala
c/o Manderley
Stromstr. 38
10551 Berlin
mail@puchala-ime.com
Tel: +49 176 955 947 07

Copyright © Eva Puchala: Berlin, Oktober 2017

Sämtliche Inhalte, Texte und Graphiken sind urheberrechtlich geschützt.

Die Inhalte dieser Publikation werden mit größter Sorgfalt erstellt. Dennoch kann keine Garantie für Aktualität und Vollständigkeit übernommen werden.

Fotos: Shutterstock | Fotolia

Design: Florian Conrads | www.florianconrads.de

DIE ASEAN-REGION WÄCHST
LASSEN SIE IHR UNTERNEHMEN DARAN TEILHABEN