

6. Internationale ZfU-Chinatagung

China



- **Erfolgreiche Geschäfte im Markt der Zukunft**
Neue Möglichkeiten durch geänderte Investitionsleitlinien und Steuerreform 2006
- **Die Spielmöglichkeiten**
Export, Sourcing, Produktion
- **Wie sicher sind Ihre China-Aktivitäten?**
Recht, Steuern, Lizenzen, Patente
- **Die Chinesen verstehen**
Kommunikation, Verhandlungstechnik, „Guanxi“

Kooperationspartner

Medienpartner



Lufthansa

CHINA CONTACT
www.owc.de

KMU Magazin

瑞
中
经
济
协
会

2./3. Juni 2005 (Tagung)
4. Juni 2005 (Vertiefungsworkshop)

International Business School



LERNEN ALS WEG

Wachsen die Bäume in China in den Himmel?

1980 war das ZfU die erste Organisation, die chinesische Regierungsvertreter an einer westlichen Tagung begrüßte. Seither ist viel passiert. Geblieben ist aber das kontinuierliche, überdurchschnittliche Wachstum der chinesischen Volkswirtschaft.

China ist der grösste und schnellstwachsende Markt der Welt. Mit einer Bevölkerung von über 1.3 Milliarden Menschen, einem Wirtschaftswachstum von rund 8% seit 1997 und seinem Beitritt zur Welthandelsorganisation (WTO) ist China für Investoren aus aller Welt der Zukunftsmarkt!

Internationale Konzerne und zunehmend auch KMU-Unternehmen nutzen China als Liefer- und Produktionsstandort oder bringen ihre Produkte auf den riesigen chinesischen Absatzmarkt. Bereits heute sind zahlreiche internationale Unternehmen in China tätig. Für Deutschland ist China nach den USA das zweitwichtigste Exportziel ausserhalb der EU.

Die ZfU-Tagung „China“ bietet Ihnen eine ideale Plattform, die Chancen und Risiken Ihres China-Engagements mit hochkarätigen Experten und erfahrenen Praktikern zu diskutieren. Informieren Sie sich u.a. über folgende Fragestellungen:

- Wie entwickeln sich die politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen?
- Welches sind die aktuellen Wachstumsbranchen und Absatzmärkte?
- Wie gestalten Sie einen professionellen Markteintritt?
- Wie sicher sind China-Investitionen durch Verbesserungen im Bereich Lizenzen/Patentschutz?
- Welche rechtlichen und steuerlichen Entwicklungen sind zu beachten?
- Welche Netzwerke unterstützen Sie in Europa und vor Ort?
- Welche (ungeschriebenen) Regeln gelten für Geschäftsbeziehungen mit Chinesen?

Zielgruppe

Diese Tagung richtet sich an Führungskräfte, die strategische Entscheidungen in ihren Unternehmen treffen und umsetzen. Insbesondere angesprochen sind Firmeninhaber, Verwaltungsräte, Aufsichtsräte, Vorstände, Geschäftsleitungsmitglieder (CEO's, Finanzchefs, Marketingleiter) und Unternehmensberater.

Referenten

Dr. Frank-Jürgen Richter (Tagungsleiter)

President, Horasis „the Global Vision Community“, Genf. Bis Sommer 2004 Direktor des World Economic Forums in Asien. Lebte und arbeitete über 10 Jahre in China und Japan, wo er führende europäische Unternehmen betrieb. Gilt als einer der renommiertesten China-Kenner. Buchautor; Gastreferent in Harvard und anderen Universitäten.

Stefan Gautschi

Chief Financial Officer, Georg Fischer Piping System Division. Leitete als Expat die chinesische Organisation in Shanghai für GFPS. Seit 2004 zurück in Schaffhausen.

Magdalena Harnischfeger-Ksoll

Rechtsanwältin, Partner Taylor Wessing, München. Beraterin europäischer Firmen im Chinageschäft seit 1979, chinesischer Ministerien und Gesellschaften in Deutschland/Europa seit 1985. Delegationsleiterin der deutsch-chinesischen Arbeitsgruppe für Rechtsfragen der wirtschaftlichen Zusammenarbeit unter dem deutsch-chinesischen Regierungsausschuss.

Kurt Haerri

Mitglied der Geschäftsleitung, Schindler Aufzüge AG, Ebikon. Seit 1996 im China-Geschäft von Schindler tätig. Dozent an der ETH Zürich.

Heinz Hochstrasser

Partner und Direktor Europa, Swiss-ASIA-Consulting Ltd., Zürich. 30 Jahre Erfahrung als HR-Manager bei internationalen Konzernen in Asien und Europa.

Jürgen Kracht

Unternehmensberater mit mehr als 30 Jahren Erfahrung im Chinageschäft. Managing Director, Fudicia Management Consultants, Hong Kong – Shanghai – Beijing.

Benjamin Pwee

Mitglied des Führungsteams und Consultant «Business Development China», Victorinox, Hong Kong. Vorher als politischer Diplomat für Singapur in Beijing stationiert. In verschiedenen Führungs- und Beratungspositionen für den Geschäftsaufbau diverser Firmen in China verantwortlich.

Wilfried Krokowski

Geschäftsführender Gesellschafter GPS Global Procurement Services Hanmünden – Singapur – China. Lehrbeauftragter TU Berlin.

Dr. Ralf C. Schläpfer

MBA Insead, Rechtsanwalt. Partner bei PricewaterhouseCoopers, Zürich. Leitet den Bereich Strategy Advisory in der Schweiz und Europa. Seine Projektschwerpunkte: strategische und organisatorische Neuausrichtungen, Outsourcing und Offshoring.

Stefan A. Schmid

Lic. oec. HSG, eidg. dipl. Steuerexperte. Director bei PricewaterhouseCoopers in Zürich im Bereich „International Tax Structuring“. Seine Fokusgebiete sind die steuerliche Strukturierung von China Investitionen und die internationale Steuerplanung mit Immaterialgüterrechten. Schweizerischer Vertreter des "International Tax Desk China" von PWC.

Bettina Schön

Managing Director, Rittal Electro-Mechanical Equipment Manufacturing (Shanghai) Co., Ltd. Seit acht Jahren für Rittal in China tätig. Verantwortlich für Markteintritt; Aufbau des Vertriebsnetzes; Gründung einer Tochtergesellschaft und den Aufbau eigener Produktionsstätten. Studierte Sinologie und Betriebswirtschaft in Bonn, Bochum und Shanghai.

Dr. Urs Werner Schöttli

Chinakorrespondent der Neuen Zürcher Zeitung in Peking. Verfasser zahlreicher Bücher und Essays zu Themen des internationalen Liberalismus, Indien, Pakistan und Ostasien.

Thomas Schürch

Gründer und Direktor Asien, Swiss-Asia-Consulting, Shanghai. Über 10 Jahre Erfahrung in HR-Management, speziell für den Raum Asien - Pazifik.

Xiaohai Zhang

CEO von Orinno-Software Ltd. in Weihai, China. Studium in Physik und Computerwissenschaften an der University of Science and Technology of China und an der Cornell University in New York. Danach 6 Jahre bei Microsoft als Leiter Softwareentwicklung in Redmond. Gilt als chinesischer "Bill Gates".

Ihre Nutzen:

- Sie informieren sich umfassend über alle relevanten Fragestellungen für China-Investments
- Sie erkennen strategische Chancen und Risiken im China-Geschäft
- Sie diskutieren in Vertiefungsforen über Lösungen zu Ihren aktuellen Herausforderungen
- Sie sehen, wie chinesische Unternehmen als neue Wettbewerber in westlichen Märkten auftreten
- Sie vertiefen Ihr interkulturelles Know-How über den chinesischen «way of business»
- Sie kommen in Kontakt mit erfahrenen China-Spezialisten und erweitern Ihr «China-Netzwerk»

1. Tag

08.30 China – Zukunftschance für europäische Unternehmen

■ Aktuelle Absatzmärkte, Industriestrukturen und Wachstumsbranchen ■ China als Lokomotive des asiatischen Wirtschaftsraums
Frank-Jürgen Richter

09.00 Neuste Entwicklungen: politisch – gesellschaftlich – wirtschaftlich

■ „Economy follows politics“: aktuelle politische Entwicklungen ■ Der wirtschaftspolitische Rahmen: Auswirkungen des WTO-Beitritts ■ Marktpotenziale und -risiken - die verschiedenen Wirtschaftsregionen ■ Bewertung der grössten Risikofaktoren: Politik und Machtstrukturen, soziale Spannungen ■ Auswirkungen von Olympia 2008 ■ Kontaktnetze zur Unterstützung europäischer Unternehmen

Frank-Jürgen Richter

10.30 Strategische Überlegungen vor einem China-Engagement

■ Markt- und Potenzialanalyse ■ Strategische Optionen: Einkauf, Produktion, Absatz ■ Vergleich von Investitionsvehikeln ■ Suche nach dem richtigen Standort und den richtigen Partnern

Kurt Haerri

11.15 China als Produktionsstandort: Selbständiger Aufbau eines eigenen Unternehmens (WFOE)

■ Kriterien für die Investitionsentscheidung ■ Strategie und operative Schritte beim Aufbau einer Produktion ■ Rekrutierung und Schulung der Mitarbeiter ■ Auswahl von Expatriates: Kriterien und Vorbereitungsmaßnahmen ■ Umgang mit staatlichen Stellen
Bettina Schön

13.30 Victorinox: «the Swiss Army Knife» in China

■ Chancen für Konsumgütermarken ■ China: Eine Nation – verschiedene Märkte ■ Business Development-Strategie von Victorinox ■ Transport – Logistik – Distribution ■ Do's and Don'ts beim Aufbau einer Marke
Benjamin Pwee (in english)

14.30 Parallele Vertiefungsforen

A1: Aufbau eines eigenen Produktionsstandortes

■ Markteintrittsstrategie: Von der Unternehmensstrategie zum Entscheid für eine Investition in China ■ Welche Schritte sind notwendig für eine erfolgreiche Expansion nach China? ■ Investitionskonzepte und -planung ■ Joint & Venture, M&A oder Alleingang? ■ Standortbewertung, kritische Faktoren bei der Unternehmensgründung ■ Erfahrungen bei der Due Dilligence von Akquisitionsobjekten und Geschäftspartnern ■ Integration des Produktionsstandortes in das bestehende Geschäftsmodell ■ Erfolgsfaktor Projektorganisation
Ralf C. Schläpfer / Stefan Schmid

A2: Professionelle Vertriebsstrategien

■ Aufbau von Geschäftskontakten ■ Messeauftritte ■ Bedeutung von Handelsgesellschaften ■ Aufbau von Vertriebsstrukturen ■ Vergleich verschiedener Vertriebsstrategien

Bettina Schön

A3: Einkauf in China

■ Gründe für den Einkauf in China ■ optimale Lieferantenidentifikation und deren Bewertung ■ Qualitätsanforderungen und -sicherung ■ Risiken beim Einkauf in China
Wilfried Krokowski

16.30 „Entrepreneurship“ in der chinesischen Privatwirtschaft

■ Privates Unternehmertum in China – Umgang mit dem Primat der Politik ■ Führen von chinesischen Mitarbeitern ■ Denken, Fühlen, Handeln: Funktionieren chinesische CEO's anders? ■ China goes Europe: Wie chinesische Unternehmen Europa erobern

Xiaohai Zhang (in english)

17.30 Aufbau und Pflege von Netzwerken (Panel)

■ Partnernetzwerke in Europa ■ Beziehungen zu Entscheidern aus Politik und Wirtschaft ■ Tipps und Fallgruben im geschäftlichen Umgang mit Chinesen ■ Bedeutung von «Guanxi»

Frank-Jürgen Richter (Moderation)

18.30 Aperó und «chinesischer Networking-Abend» (fakultativ)

2. Tag

08.30 Aktuelle Entwicklungen bei gesetzlichen und administrativen Rahmenbedingungen

■ Technologietransfer ■ Geänderte Investitionsleitlinien und Genehmigungsverfahren ■ Neue Investitionsformen ■ Handel und Vertrieb ■ Ausblick

Magdalena Harnischfeger-Ksoll

10.00 Parallele Vertiefungsforen

B1: „Do's and Don'ts“ – Einzelfragen der Vertragsgestaltung

■ Voraussetzungen und Grundlagen ■ Liefergeschäfte ■ Vertrieb ■ Lizenzgeschäfte / Technologietransfer ■ Direktinvestitionen ■ Finanzierungen / Securitisation

Magdalena Harnischfeger-Ksoll

B2: Steuerliche Rahmenbedingungen eines China-Engagements

■ Grundzüge des chinesischen Steuerrechts ■ Neuerungen im chinesischen Steuerrecht (Steuerreform 2006) ■ Gewinnrepatriierungsstrategien ■ Steuerliche Integration des China Investments

Stefan Schmid

B3: Umsetzung der Markteintrittsstrategie

■ Benchmarks für den Markteintritt ■ Personalsuche, -entwicklung und Mitarbeiterbindung ■ Finanzmanagement und Controlling des Chinainvestments ■ Beispiele aus der Praxis

Jürgen Kracht

B4: Asienstrategie

■ Die wichtigsten asiatischen Märkte im Wettbewerb mit China ■ Japan ■ Korea ■ Südostasien ■ Indien

Frank-Jürgen Richter

13.00 Interkulturelle Kompetenz: Schlüssel zum erfolgreichen Chinageschäft

■ Wie denken und handeln Chinesen? ■ Umgang mit Korruption, Bestechung und «Guanxi» ■ Benimm-Regeln im chinesischen Business-Alltag ■ Kommunikation mit Chinesen

Urs Werner Schöttli

14.45 HR-Management als zentraler Erfolgsfaktor

■ Expat vs. lokaler Manager: „Der richtige Personalentscheid für China“ ■ Arbeitsmarkt China: Ressourcen und deren Verfügbarkeit, Personalmarketing, Beschaffungsquellen, Auswahlverfahren, Entlohnung, ■ HR-Management in der Praxis: Personalgewinnung, -entwicklung und Retention

Stefan Gautschi / Thomas Schürch / Heinz Hochstrasser

16.00 China 2010 – Szenarien

■ «Wachsen die Bäume in den Himmel?» – Thesen zur Zukunftsentwicklung ■ Abschluss-Panel mit Referenten des Tages

Frank-Jürgen Richter (Moderation)

17.00 Ende der Tagung

3. Tag (Vertiefungsworkshop)

Aufbau von Geschäftsbeziehungen mit Chinesen

Diskutieren Sie in einer überschaubaren Gruppe (max. 25 Teilnehmer) Ihre individuellen Fragestellungen mit dem führenden China-Experten **Frank-Jürgen Richter**. Der Workshopinhalt orientiert sich an den Teilnehmerbedürfnissen. Vorgesehen sind folgende Themenblöcke:

■ Netzwerke: Welche europäischen und chinesischen Anlaufstellen sind für mich die Richtigen? ■ Aufbau und Pflege von Beziehungen mit chinesischen Partnern ■ Business-Knigge: Umgang mit kulturellen Unterschieden ■ Verhandlungsstrategien und Konfliktlösung ■ Arbeitsverständnis und Leadership ■ Schutz von geistigem Eigentum

Kooperationspartner



Das führende deutschsprachige Wirtschafts_magazin über China wendet sich an Führungskräfte in Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum, die einen Einstieg in den perspektivreichen chinesischen Markt planen oder bereits geschäftliche Beziehungen pflegen. Es erreicht durch Kooperationen alle Repräsentanten und Niederlassungen deutscher Firmen und Institutionen in der VR China. www.china-contact.cc

Swiss-ASIA Consulting Ltd.

Die auf den asiatischen Markt spezialisierte und vor Ort ansässige Personalberatungs-Unternehmung Swiss-ASIA Consulting Ltd. deckt die zentrale Thematik des Personalmanagements fuer China kompetent ab. Swiss-ASIA ist seit über 8 Jahren vor Ort in China tätig und betreut europäische Firmen (mehrheitlich deutsche, Schweizer und skandinavische Unternehmen) in den Bereichen Personalsuche, Assessment sowie Entlohnung. Weitere Informationen zum Thema Personalwesen: www.swiss-asia.com

Wirtschaftskammer Schweiz-China

Die Wirtschaftskammer Schweiz-China zählt über 500 Mitgliederfirmen aller Branchen und Grössen, darunter die meisten führenden Schweizer Banken, Versicherungen, Handelshäuser und Industriebetriebe sowie zahlreiche klein- und mittelständische Unternehmen. Ihr primäres Ziel ist es, den am Wirtschaftsraum China interessierten Firmen und Geschäftsleuten den Einstieg in diesen aufstrebenden Markt zu erleichtern. Ihre Dienstleistungen umfassen im wesentlichen die Erstberatung, Information und Vermittlung von Geschäftskontakten. Weitere Informationen: www.sccc.ch



Lufthansa steht an der Spitze der europäischen Airlines im Asien-Verkehr. Diese Stärke will die Kranichairline halten und ausbauen sowie die Wachstumschancen nutzen. Das gilt insbesondere für ihre Führungsposition im Verkehr von und nach China. Asien ist der wichtigste Zukunftsmarkt für die Wirtschaft und ein attraktives touristisches Reiseziel. Die Nachfrage im Asienverkehr ist bei Lufthansa gross. Die Fluggesellschaft bietet seinen Gästen ein optimales Flugangebot von ihren Drehkreuzen in Frankfurt und München an: Lufthansa fliegt Peking von Frankfurt aus täglich direkt an; von München aus 3x die Woche. Weitere Lufthansa Destinationen in China sind Hongkong und Shanghai ab Frankfurt sowie Kanton ab München.



Das «KMU-Magazin» ist dem akademisch-pädagogischen Journalismus verpflichtet und wendet sich an Inhaber und Geschäftsführer mittlerer und grosser Unternehmen der deutschsprachigen Schweiz. Die redaktionellen Beiträge bieten dem Leser durch strukturierte und visualisierte Prozessabläufe, Checklisten und Fallbeispiele sofort umsetzbares Wissen. Als exklusive Zusatzdienstleistung haben Abonnenten des «KMU-Magazin» die Möglichkeit, sich bei Fragen direkt an die Autoren zu wenden. www.kmu-magazin.ch

Veranstaltungsort

Mövenpick Hotel
CH-8105 Regensdorf-Zürich
Tel. +41 1 871 51 11
Fax +41 1 871 50 11 www.moevenpick.ch
Das Hotel ist nur 15 Minuten von der Zürcher City entfernt und verfügt über einen Gratis-Bustransfer vom Flughafen Kloten.
Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer zu unseren Spezialkonditionen.

Zeitlicher Ablauf

1. Tag

08.00 Uhr: Begrüßungskaffee
08.30 Uhr: Start Morgenprogramm
10.00 Uhr: Pause/Networking
12.15 Uhr: Mittagspause
13.30 Uhr: Start Nachmittagsprogramm
16.00 Uhr: Pause/Networking
18.30 Uhr: Tagesabschluss
19.00 Uhr: fakultatives Rahmenprogramm

2. Tag

08.30 Uhr: Start Morgenprogramm
09.30 Uhr: Pause/Networking
11.30 Uhr: Mittagspause
13.00 Uhr: Start Nachmittagsprogramm
14.15 Uhr: Pause/Networking
17.00 Uhr: Ende der Tagung

Workshoptag

08.30 Uhr: Workshop
12.00 Uhr: Mittagspause
13.30 Uhr: Workshop
17.00 Uhr: Ende

Begleitende Fachausstellung

Sind Sie daran interessiert, als Aussteller Ihre Firma und Ihre Produkte einem interessierten Publikum zu präsentieren?
Gerne informiert Sie Sabine Ruch über die verschiedenen Möglichkeiten

Preis

Tagung und Workshop (3 Tage):
ZfU-Mitglieder CHF 3150.–/EUR 2172.–
Standardpreis CHF 3390.–/EUR 2338.–

Nur Tagung (1. und 2. Tag):
ZfU-Mitglieder CHF 2490.–/EUR 1717.–
Standardpreis CHF 2680.–/EUR 1848.–

Nur Workshop:
ZfU-Mitglieder CHF 1290.–/EUR 889.–
Standardpreis CHF 1390.–/EUR 958.–

Inbegriffen sind die Mittagessen, Pausenerfrischungen sowie eine ausführliche Seminardokumentation.

Besuchen mehrere Personen des gleichen Unternehmens den selben Seminartermin, erhält jeder weitere Teilnehmer 15% Ermässigung.

Annulation:
Gemäss AGB (www.zfu.ch/agb).

Weiterbildungs-Credits: An dieser Veranstaltung werden bis zu 150 Weiterbildungs-Credits angerechnet (**1 Credit = 1 CHF**).

Ihren Weiterbildungscredit-Saldo finden Sie auf www.myzfu.ch.

Beratung / Kontakt

Inhalt:
Stefan Sarbach, lic. rer. pol.
Mitglied der Geschäftsleitung
stefan.sarbach@zfu.ch
Tel. +41 1 722 85 30

Organisation:
Sabine Ruch, Projektmitarbeiterin
sabine.ruch@zfu.ch
Tel. +41 1 722 85 12

Anmeldung Internationale China-Tagung

So geht's am schnellsten: **Visitenkarte anheften & faxen: +41 1 722 85 86**
oder via Internet: www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/chit.htm

Herr
 Frau Name/Vorname

Firma

Telefon/Fax

E-Mail

Funktion/
Abteilung

Strasse/
Postfach

Dies ist

Firmenadresse

Privatadresse

Land/PLZ/Ort

Datum

2. – 4. Juni 05 (Tagung und Workshop)

2./3. Juni 2005 (Tagung)

4. Juni (Workshop)

Teilnahme parallele Vertiefungsforen

A1

A2

A3

B1

B2

B3

B4

Hotelzimmer-Reservation

EZ / DZ

von

bis

Probexemplar erwünscht von: China Contact KMU

9764

CHI S 1/05 sf