

Internationale ZfU Tagung

Zukunfts- & Wachstumsmärkte

Erfahrungen – Potenziale – Trends

- **China**
Die Chancen, Risiken und Zukunft des Wachstums
- **Indien**
Absatzmarkt und Produktionsstandort auch für den Mittelstand?
- **Osteuropa und Russland**
Die Perspektiven und Potenziale in wachsenden Märkten
- **Ostasien**
Vietnam, Korea, Malaysia, Thailand: Die Alternativen zu China?
- **Brasilien und Lateinamerika**
Risikobewertung interessanter Nischen und Wachstumsbranchen

Markt-Expansion & Produktions-Aufbau:

Erfahrungsberichte von DKSH, Phonak, WICOR, Dr. Oetker, Schindler, Altana Pharma, Kaba u.a.m.

in Kooperation mit:

ATKEARNEY



International Business School

24. – 25. April 2007

Referenten

Janwillem C. Acket

Chef-Ökonom, Julius Bär, Zürich

Olivier Aebi

General Manager Blaser Swisssube Asia, Shanghai

Heribert Allemann

Leiter Business Development und stellvertretender Konzernleiter, Kaba, Rümlang

Prof. Dr. Karl Eckstein

Geschäftsführer, Eckstein & Partner, Moskau. Gilt als einer der profiliertesten Russlandkenner, Autor mehrerer Bücher und Essays zu „Business mit Russland“

Jean-Claude Eggen

Director of Operations, Phonak Communications, Murten

Viktor Grabik

Director Subsaharan Africa, SOFI, Zürich

Walter Graf

Leiter Marketing & Vertrieb, WST Winterthur

Kurt Haerri

Mitglied der Geschäftsleitung, Schindler Aufzüge AG, Ebikon. Hat für Schindler das China Geschäft mitaufgebaut

Antal Hajos

Managing Director, Altana Pharma Priv. Ltd, Mumbai, Indien. Verantwortlich für den Aufbau des R&D in Indien

Dr. Bernhard Hartmann

Vice President für General Practice China, A.T. Kearney, Shanghai

Stefan Höffinger

Vice President für Strategie und Osteuropa, A.T. Kearney, Wien

Waseem Hussain

Managing Director, Marwas AG, Zürich

Nicolas Imboden

Geschäftsführer, IDEAS Centre, Genf. Präsident der Handelskammer für Schwarzafrika

Thomas Kehl

Geschäftsführer Marketing & Vertrieb, Dr. Oetker International Ost, Bielefeld

Patrick Kriesemer

Managing Partner, Kriesemer & Partners. Chairman Malaysia und Brunei Committee, SACC. Mehrere Familien-Investitionen in Südostasien

Karlheinz K. Naumann

Geschäftsführer, Eurolatina Business Development, São Paulo. Leiter Firmenpool Brasilien – Mercosur der IHK Essen

Prof. Dr. Manfred Perlitz

Direktor des Instituts für internationales Management, Universität Mannheim

Dr. Walter Resl

Leiter Abteilung Osteuropa / EU Ost-Erweiterung der österreichischen Aussenwirtschaftskammer, Wien

Wolfgang Schmidt-Soelch

Partner, Heidrick & Struggles, Zürich. Vorstandsmitglied der Swiss Chinese Chamber of Commerce

Dr. Michael Schwabe

Mitglied der Geschäftsleitung, ETO MAGNETIC KG, Stockach

Franziska Tschudi

CEO und Delegierte des Verwaltungsrates, WICOR Holding AG, Rapperswil

Michael Wächter

Managing Director, Logvis Middle East, Dubai. Zuvor beteiligt beim Aufbau mehrerer Unternehmen in den Golfstaaten

Dr. Jörg Wolle

Präsident und CEO, DKSH Holding AG, Zürich

Alessandro L. Züst

Marketing & Sales Director, Schiller AG, Baar

Globale Wachstumszentren

Die wichtigen Märkte der vergangenen 10 Jahre sind möglicherweise nicht die Gewinner der Zukunft. Indien wird gemäss Prognosen mit einem jährlichen Wachstum von 5.5% so schnell wachsen wie kein anderes Land und damit Japan als drittgrösste Volkswirtschaft nach den USA und China ablösen. Malaysia wird fast ebenso schnell wachsen.

Für viele Unternehmen ist weiteres Wachstum in den angestammten Märkten schwierig. Daher wird die Ausland-Expansion ein zentraler Bestandteil der Wachstumsstrategie. Die ZfU Tagung bietet Ihnen die ideale Plattform, sich über aktuellste Entwicklungen wichtiger Ausland-Märkte zu informieren und Impulse für eine erfolgreiche Markt-Expansion zu erhalten.

Zielgruppe

- Geschäftsführer, Direktions- und Geschäftsleitungsmitglieder
- Führungskräfte, die in leitender Stellung für Expansion und Wachstum verantwortlich sind, insbesondere aus den Bereichen Business Development, Marketing & Vertrieb
- Projektleiter, die für Produktionsaufbau oder Markterschliessung verantwortlich sind

Ihr Nutzen

- Sie sind informiert über aktuellste Entwicklungen und Perspektiven wichtiger Auslandmärkte
- Sie profitieren von Erfahrungen aus der Praxis, wie neue Märkte erschlossen und lokale Herausforderungen gemeistert wurden
- Sie nehmen eine Standort-Bestimmung vor – sind Sie noch in den richtigen Märkten tätig?

Programm 1. Tag

ab 08:30 Begrüssungskaffee

09:00

Globale Entwicklungen und Szenarien

■ Ökonomische und geopolitische Machtverschiebung – Konsequenzen für Business und Standortwahl ■ Neue Chancen und globale Risiken

Manfred Perlitz

Erfolgreiche Strategien im internationalen Umfeld

■ Mehrdimensionale Strategien als Erfolgselement ■ Allianzen und globale Netzwerke

Manfred Perlitz

10:45 Pause

11:15

Indien: Zukunftsmarkt auch für den Mittelstand?

■ 2007: Stand der Wirtschaftsreformen? Wie sind die Infrastruktur-Probleme zu bewerten? ■ Interessante Standorte, Clusters und Boombranchen ■ »Indianisierung« von Produkten

Waseem Hussain

11:50

Brasilien & Lateinamerika: Wachstumsmärkte trotz sozialistischer Rahmenbedingungen?

■ Chancen und Zukunftsbranchen ■ Risikobewertung Brasilien: Auswirkungen der Wahlen, Währungsstabilität, Bildungssystem ■ Argentinien: zurück auf Wachstumskurs? ■ Chile, Venezuela

Karlheinz K. Naumann

12:30 Lunch / Networking

14:00

Russland: Profitable Markterschliessung: Erfahrungsbericht Dr. Oetker

■ Strategische Überlegungen & Vorgehen ■ Eigenheiten des russischen Konsumenten ■ Erfolgsfaktoren für den russischen Markt ■ Fazit und Empfehlungen

Thomas Kehl

15:00 Parallele Praxisforen A1 – A5

16:30 Pause

17:00

China: Geht das Wachstum weiter?

■ Potentialanalyse: wachsen die Bäume in den Himmel? ■ Bewertung der grössten Risikofaktoren: Überalterung, soziale Spannungen, Rohstoffbedarf

Kurt Haerri

18:00 Ende offizieller Teil

19:00 **Networking-Dinner**

Programm 2. Tag

08:30

Osteuropa: Perspektiven und Potenziale in wachsenden Märkten

■ Produktions-Standort: wie weit in den Osten gehen? ■ Absatzmärkte: die grössten Potentiale von morgen ■ EU Osterweiterung – die Chancen nutzen ■ Komparative Vorteile gegenüber Asien: wo ist Osteuropa voraus?

Walter Resl

09:30

Ostasien-Expansion: Aspekte eines professionellen Vertriebs- & Logistikmanagements

■ Thailand, Malaysia, Vietnam, Indonesien: Märkte mit Potential? ■ Die lokalen Märkte verstehen: Informationsbeschaffung und Brand Building ■ Vertriebs- und Logistikmanagement als Schlüssel zum Südostasien-Erfolg

Jörg Wolle

10:30 Pause

11:00 Parallele Praxisforen B1 – B5

12:30 Lunch / Networking

14:00

Dubai / Golfregion: Das Wirtschaftszentrum der Zukunft?

■ Investitionsboom – welche Branchen profitieren? Welche Perspektiven werden geschaffen? ■ Arabische Emirate, Saudiarabien, Bahrain, Kuwait – ein Vergleich ■ Risikobewertung: Regional-Politik, Erdöl, Stabilität

Michael Wächter

14:45 Parallele Praxisforen C1 – C5

16:15 Pause

16:45

Operational Excellence in China

■ Markteintritt geschafft – was nun? ■ Die kritischen Faktoren managen: Logistik, Value-Chain, HR Management ■ Stufen eines Excellence Modells für China ■ Best Practices implementieren

Bernhard Hartmann

17:30 Abschluss der Tagung

17:45 Farewell Aperitif

Parallele Foren 1. Tag

A1 Indien: Aufbau Research & Development und Produktion

Erfahrungs-Bericht Altana Pharma

■ Indische Teams erfolgreich führen ■ Die Voraussetzungen schaffen, um mit Indern Top-Resultate zu erreichen ■ Umgang mit Intellectual Property und Infrastruktur-Problematik

Antal Hajos

A2 Brasilien: Investitionen planen und erfolgreich umsetzen

■ Eigenheiten des brasilianischen Marktes ■ Finanzierungsmöglichkeiten und Personalsuche ■ Woran viele Firmen scheitern ■ Repatriierung von Gewinnen

Karlheinz K. Naumann

A3 Russland: Die «Dos and don'ts» für den Business Success

■ Der richtige Umgang mit Behörden, Partnern und lokalen Mitarbeitern ■ Die Risikofaktoren: Korruption, (Währungs-)stabilität, Mafia ■ Recht: was man als westliches Unternehmen wissen muss

Karl Eckstein

A4 China Engagement: Die Unternehmensstrukturen auf weltweites Wachstum ausrichten

Erfahrungs-Bericht ETO MAGNETIC KG

■ Aufbau eines vollstufigen chinesischen Unternehmens ■ Wie die Implikationen für das Mutterunternehmen gemanagt werden ■ Globale Verteilung der Wertschöpfung eines Automobilzulieferers

Michael Schwabe

A5 Globale Wirtschaftstrends 2007

■ Rohstoffmärkte und ihr Einfluss auf den Welthandel ■ Globales Konjunkturpanorama ■ Prognosen zu den wichtigsten Wechselkursen ■ Mögliche Auswirkungen des US-Defizits

Janwillem Acket

Parallele Foren 2. Tag Vormittag

B1 Vietnam: Profitabler Produktions-Aufbau

Erfahrungs-Bericht Phonak

■ Strategische Überlegungen bei der Wahl Vietnams ■ Planung und Umsetzung ■ Erfahrungen & Empfehlungen

Jean-Claude Eggen

B2 Ukraine: der Hub für Osteuropa?

mit Erfahrungs-Bericht WICOR

■ Ukraine als Produktionsstandort nutzen ■ Ukrainespezifische Management-Herausforderungen ■ Lessons learned

Franziska Tschudi / Stefan Höffinger

B3 Japan: Schwieriger Markt für europäische KMU?

Erfahrungs-Berichte KABA & WST Winterthur

■ Führung: Kultur- & Kommunikationsbarrieren überwinden ■ Geschlossener Markt? Wie der Zugang gelingen kann ■ Lessons learned

Heribert Allemann / Walter Graf

B4 ASEAN Experiences: Malaysia, Thailand und Indonesien als Absatzmärkte

■ Der richtige Marketing-Mix für Südostasien ■ Vertriebsstrategie – Eigenvertrieb oder lokale Agenten? ■ Erfahrungen aus verschiedenen Branchen

Patrick Kriesemer

B5 Marktaufbau in Middle East (GCC) mit Erfahrungs-Bericht Schiller AG

■ Wichtige rechtliche Aspekte ■ Marktzugang: Agent, Joint Venture oder eigene Tochter? ■ Planung und Umsetzung

Alessandro Züst / Michael Wächter

Parallele Foren 2. Tag Nachmittag

C1 Retailmarkt Osteuropa: Welche Märkte bieten reelle Chancen für Händler und Hersteller?

■ Attraktive Regionen im Überblick ■ Erschliessung in Wellen ■ Early mover Vorteile nutzen ■ Erfolgsfaktoren für die Expansion in Osteuropa

Stefan Höffinger

C2 Erfolgreiche Markterschliessung in Korea und Taiwan

mit Erfahrungs-Bericht Blaser Swisslube

■ Ostasiens Netzwerke und Koreas strategische Bedeutung ■ Organisationsaufbau, Marketing- & Verkaufsstrategie ■ Markterschliessung: Planung und Umsetzung

Olivier Aebi

C3 „War for talent“: HR Management in China / Asien

■ Personalmarketing und Beschaffungsstrategie ■ Lokale Führungskräfte finden und ans Unternehmen binden ■ Expats oder lokale Manager?

Wolfgang Schmidt-Soelch

C4 ASEAN Experiences: Malaysia, Thailand und Indonesien als Absatzmärkte (siehe B4)

C5 Afrika: Investition in eine rentable Zukunft?

■ WM 2010: Südafrika im Aufwind? ■ Ghana, Nigeria, Uganda: Rohstoffreiche Nischenmärkte mit Potenzial? ■ Regionale ethnische und politische Zusammenhänge ■ Dos and don'ts im Afrika Business

Nicolas Imboden / Viktor Grabik

Kooperationspartner:



A.T. Kearney ist eine der führenden Top-Managementberatungen und berät seine Klienten auf Basis eines globalen Netzwerkes mit 47 Büros in 30 Ländern.

A.T. Kearney stärkt die Wettbewerbsposition seiner Klienten durch die einzigartige Kombination aus führender Industrieexpertise, strategischer Kompetenz sowie operativem Know-how. Dabei deckt A.T. Kearney die gesamte Bandbreite der CEO Agenda ab.

www.atkearney.ch

Die Tagung wird unterstützt von:



OSEC Business Network Switzerland unterstützt Firmen bei Ihren Auslandaktivitäten. Die OSEC koordiniert zu diesem Zweck das Business Network Switzerland, ein umfassendes Netzwerk von Kompetenzpartnern im In- und Ausland.



Die Aufgabe von SOFI (Swiss Organisation for Facilitating Investments) ist die Unterstützung von Investitionsprojekten von Unternehmen in Entwicklungs- und Transitionsländern. Damit ermöglicht SOFI den Transfer von Kapital, Technologie und Know How in diese Länder.



Wirtschaftskammer Schweiz-Asien für ASEAN und Korea (SACC).
www.sacc.ch



Wirtschaftskammer Schweiz-China
www.sccc.ch



Wirtschaftskammer Schweiz-Indien
www.sicc.ch



Joint Chambers of Commerce

Vereinigte Handelskammern Schweiz – Russland, Schweiz – Ukraine, Schweiz – Kasachstan, Schweiz – Weissrussland.
www.jointchambers.ch

Die Wirtschaftskammern verfügen über ein langjähriges und breit gefächertes Netzwerk und bieten interessierten Firmen verschiedene Dienstleistungen wie Erstberatung, Geschäftskontaktvermittlung vor Ort oder aktuelle Informationen.

Veranstaltungsort

Mövenpick Hotel ****
CH-8105 Zürich-Regensdorf
Tel. +41 44 871 51 11
www.moevenpick-regensdorf.com

Transfer: PW: 30min. ab Zürich / ÖV:
15min. ab Zürich Airport

Zimmerpreise: ab CHF 195.–/EUR 126.–

Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer zu unseren speziellen Vorzugs-Konditionen.

Tagungspreis

ZfU-Mitglieder: CHF 2490.–/EUR 1660.–
Standard-Preis: CHF 2680.–/EUR 1790.–

Credits: An dieser Veranstaltung werden bis zu 100 Weiterbildungs-Credits angerechnet.
(1 Credit = 1 CHF)

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

Im Preis inbegriffen: 2 Mittagessen, Kaffeepausen, Farewell Aperitif & Dokumentation.

Rabatt: 15% für den zweiten und jeden weiteren Teilnehmer der gleichen Firma.

Annulation: gem. AGB; www.zfu.ch/agb

Firmenpackages

Laden Sie Ihre wichtigsten Kunden und Mitarbeiter an die Tagung ein und machen Sie diesen Anlass zu Ihrem eigenen VIP-Event.

Unsere Event-Offerte

10 Tagungs-Plätze für
CHF 17000.– statt CHF 26800.–

Begleitende Fachausstellung

Sind Sie daran interessiert, als Aussteller Ihre Firma und Ihre Produkte einem interessierten Publikum zu präsentieren?

Gerne informiert Sie Carolin Schnell (Tel. ++41/44 722 85 12; carolin.schnell@zfu.ch) über die verschiedenen Möglichkeiten einer Zusammenarbeit.

Fachlicher Tagungs-Beirat

■ Prof. Manfred Perlit, Universität Mannheim

■ Dr. Stephan Hofstetter, Principal und Director A.T. Kearney, Zürich

Beratung / Kontakt

Thomas Federer, lic. oec. HSG,
Program Director Kompetenz-Zentrum
Strategische Unternehmensführung,
Telefon +41 44 722 85 10
thomas.federer@zfu.ch

Organisation: Martina Züst,
martina.zuest@zfu.ch, Tel. +41 44 72285 13

Networking-Dinner

Das Networking-Dinner findet oberhalb von Zürich mit beeindruckendem Blick auf die Stadt und den See statt (Zitat: «... auf dem schönsten Aussichtspunkt von Zürich»). Geniessen Sie ein vorzügliches 4-Gang Menu passend zum Thema der Tagung und pflegen Sie Ihre neuen Kontakte. Inklusiv im Networking-Dinner: Transfer vom und zum Hotel Mövenpick-Regensdorf, 4-Gang Menu, Wein und Unterhaltung.

Veranstaltungs-Hinweis

Business Development

Neue Geschäfte erfolgreich aufbauen
Inhalte: Neue Geschäftsfelder, Innovation, Allianzen, u.a.
Daten: 10. – 11. Mai 2007
www.zfu.ch/pdf/bdd.pdf

Business mit Chinesen

Sicher verhandeln & souverän auftreten
Daten: 18. – 19. Juni 2007
www.zfu.ch/pdf/vmc.pdf

Strategisches Management

mit Prof. Hans A. Wüthrich
Daten: 7. – 9. Mai 2007
www.zfu.ch/pdf/sth.pdf

Anmeldung ZfU Tagung „Zukunfts- und Wachstumsmärkte“

So geht's am schnellsten: **Visitenkarte anheften & faxen: +41 44 722 85 86**
oder via Internet: www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/zuwt.htm

<input type="checkbox"/> Herr <input type="checkbox"/> Frau	Name/Vorname
Firma	
Telefon/Fax	E-Mail
Funktion/ Abteilung	
Strasse/ Postfach	Dies ist <input type="checkbox"/> Firmenadresse <input type="checkbox"/> Privatadresse
Land/PLZ/Ort	

Hotelzimmer-Reservation

EZ / DZ von bis

Teilnahme Networking-Dinner

Ja (Zuschlag CHF 120) Nein

Teilnahme Praxisforen

A1 A2 A3 A4 A5

B1 B2 B3 B4 B5

C1 C2 C3 C4 C5