

Geschäftsanbahnung Indonesien:

Kosmetik und Reinigungsmittel

26. – 30. November 2018

BMWi-Markterschließungsprogramm für KMU 2018



Auf einen Blick

- Format:** Individuelle Kontaktgespräche, Präsentationsveranstaltung, Inhouse-Gespräche mit potenziellen Geschäftspartnern
- Zielort:** Jakarta
- Gefördert von:** Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
- Organisiert von:** AHK Indonesien
- Unterstützt durch:** econAN international GmbH und Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.

Wer sollte teilnehmen

Das Programm richtet sich insbesondere an kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Selbstständige der gewerblichen Wirtschaft sowie fachbezogene Freie Berufe und wirtschaftsnahe Dienstleistungsunternehmen mit Geschäftsbetrieb in Deutschland und entsprechenden Branchenschwerpunkten Kosmetik, Reinigungsmittel und Haushaltspflege. Bei der Vergabe der Teilnehmerplätze wird daher kleinen und mittleren Unternehmen Vorrang gegenüber Großunternehmen eingeräumt.

Was ist das Ziel

Mit der Geschäftsanbahnung im Rahmen des Markterschließungsprogramms für KMU 2018 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) und dem erfahrenen Team der AHK Indonesien (EKONID) vor Ort wird den Teilnehmern eine optimale Möglichkeit gegeben, indonesische Kooperations- und Geschäftspartner zu identifizieren und diesen interessanten Absatzmarkt zu erschließen.

Eine Teilnahme ermöglicht Ihnen

- ✓ in kurzer Zeit das produktspezifische Marktpotenzial einzuschätzen
- ✓ Zugang zu einer branchenspezifischen Zielmarktanalyse und auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Marktinformationen zu erhalten
- ✓ individuelle Termine mit potenziellen Geschäftspartnern und Kunden
- ✓ Networking mit lokalen Ministerien und Fachverbänden
- ✓ Möglichkeit zur Produkt-/ Dienstleistungspräsentation vor Fachpublikum
- ✓ Anbahnung neuer Geschäfte auf dem indonesischen Markt

Warum Indonesien

Archipel der Schönheit

Sehr attraktiv. Dieses Stichwort ist nicht nur zutreffend auf die enormen Wachstumszahlen der Kosmetikindustrie für einen potenziellen Markteinstieg im größten Archipel der Welt, sondern beschreibt auch das sich einstellende Lebensgefühl für Millionen Indonesier der wachsenden Mittelschicht in den boomenden Metropolen des Landes. Attraktiv sein, Wohlbefinden. Beides sind äußerst erstrebenswerte Zustände mit wachsender Tragweite für die junge Bevölkerung des Landes, indem über Social-Media Kanäle eng getaktet Statusmeldungen mit neuen Styles geteilt werden.

Schön sein, Status haben. Dieser genießt im 260 Millionen Einwohner Land hohe Bedeutung, auch in einer finanziell angespannten Lage kauft, besonders das weibliche Geschlecht, völlig unbeeindruckt weiter Kosmetika. Make-up wird zunehmend Teil

des Lebensstils der über 130 Millionen Frauen. Allerdings ist auch eine wachsende Anzahl indonesischer Männer, insbesondere in städtischen Gebieten zu verzeichnen, die heute Kosmetik- und Hautpflegeprodukte kauft und trägt. Moderne Friseur- und Schönheitssalons sind in den urbanen Zentren überall zu finden. Herstellung und Anwendung natürlicher Körperpflegemittel und Duftstoffe haben eine lange Tradition in der größten Volkswirtschaft Südostasiens und bilden nicht zuletzt auch eine wichtige Grundlage für die weltbekannte indonesische Spa- und Wellness-Industrie.

Großes Marktpotenzial

Die Konsumfreude der indonesischen Bevölkerung ist immens. Haushaltseinkommen entwickeln sich kontinuierlich nach oben, knappe 60 Prozent des BIP gehen auf den privaten Konsum zurück. Die indonesische Kosmetikindustrie wächst beachtlich. Basierend auf Daten der "Beauty Market Survey" (BMS), die über Nielsen und Euro Monitor bezogen wurden, wurde der Wert der indonesischen Kosmetikindustrie im Jahr 2016 auf 36 Billionen IDR geschätzt (ca. 2,7 Milliarden USD), was einem Anstieg um 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Für Kosmetikprodukte wird bis 2021 mit einem jährlichen Marktwachstum von 8,5 Prozent gerechnet.

Die positiven Aussichten der indonesischen Kosmetikindustrie haben dazu geführt, dass immer mehr lokale Marken auf den Markt gekommen sind, was zu einer deutlich härteren Wettbewerbslandschaft geführt hat. Dennoch wird der Markt von internationalen Marken dominiert, dabei kommt dem Warenimport eine Schlüsselrolle zu.

Eine von Deloitte durchgeführte Umfrage unter indonesischen Verbrauchern hat gezeigt, dass mit steigendem Einkommen auch das Interesse an internationalen Marken für Reinigungsmittel besteht. Die Hauptzielgruppen liegen demnach in den urbanen Zentren, wo das Wirtschaftswachstum am höchsten ist. Zwar werden Waschmittel und Seifen auch lokal produziert, dennoch wurden 2016 Reinigungsmittel im Umfang von 250 Millionen US-Dollar importiert. Deutsche Chemiekonzerne produzieren in Indonesien erfolgreich Vorprodukte für die Bereiche Körperpflege und Reinigungsmittel. Deutsche Unternehmen aus der Branche sollten diesen günstigen Zeitpunkt für einen Markteintritt nutzen, um sich langfristig Anteile am indonesischen Wachstumsmarkt zu sichern.

Wir bereiten Sie optimal auf Ihren Markteintritt vor

1. Wir informieren Sie mit unserer Zielmarktanalyse und individuellen Teilnehmerinformationen bereits vor Ihrer Reise umfassend

- zu Marktpotenzial, Marktentwicklung sowie Stärken und Herausforderungen in Ihrer Branche in Indonesien
- zur Wettbewerbssituation und wichtigen Nachfragesegmenten
- zu politischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Indonesien, Besonderheiten des Marktes, sowie Import- und Exportbestimmungen
- zu Einstiegs-, Vertriebs- und Verhandlungsstrategien sowie zu interkulturellen Aspekten
- zu Marktakteuren und wichtigen Kontaktadressen

2. Wir suchen für Sie geeignete Geschäfts- und Vertriebspartner in Indonesien durch ...

- Recherche nach potenziellen Geschäftspartnern für jedes teilnehmende deutsche Unternehmen auf Basis individueller und in Abstimmung mit den Teilnehmern erstellter Anforderungsprofile
- Verifizierung möglicher Kooperations- und Vertriebspartner und Einholung weiterer Informationen über die lokalen Unternehmen
- Veröffentlichung von Informationen über die teilnehmenden deutschen Unternehmen in den lokalen AHK Medien (Internet, Magazin „SOROTAN“)

3. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit Ihr Unternehmen vor einem Fachpublikum zu präsentieren durch ...

- Organisation und Durchführung von einer Präsentationsveranstaltung in Jakarta zur Vorstellung Ihrer Produkte, Dienstleistungen und möglicher Kooperationsfelder sowie zur Initiierung neuer Geschäftskontakte
- Akquise von lokalen Teilnehmern (Unternehmen, Verbände, Institutionen, Verwaltungen und Multiplikatoren), Fachreferenten und Experten aus den Bereichen Kosmetik und Reinigungsmittel
- Organisation von Gesprächen mit Unternehmensvertretern, um Erfahrungen und Know-how zu Entwicklungen innerhalb der Branche auszutauschen und potenzielle Geschäftskontakte zu knüpfen

4. Wir arrangieren Unternehmertreffen in Indonesien und unterstützen Sie dabei durch ...

- Organisation von Kooperationstreffen für jedes teilnehmende deutsche Unternehmen mit potenziellen lokalen Geschäftspartnern. Die Auswahl dieser Kontakte erfolgt entsprechend eines im Vorfeld definierten Partnerprofils.
- Unterstützung durch erfahrene Mitarbeiter der AHK Indonesien bei den Geschäftsgesprächen
- Durchführung von Gruppenbesuchen und Store-Checks
- Gelegenheit zum Besuch der Firmensitze potenzieller Geschäftspartner

5. Wir beraten und unterstützen Sie nach den Unternehmensgesprächen durch ...

- Auswertung der Gespräche und weitere Unterstützung bei der Zusammenarbeit mit den lokalen Unternehmen
- Beratung zu speziellen Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen (optional)

6. Wir evaluieren und dokumentieren das Projekt und Ihre Kontakte durch...

- Erstellung eines Ergebnisprotokolls und Bewertung des Gesamtprojekts
- Dokumentation der Termine, Ergebnisse und Erkenntnisse
- Abschlussgespräche mit Hinweisen auf weiterführende Maßnahmen

Vorläufiges Programm der Woche

(Stand: 20.04.2018)

Montag, 26. November 2018	
18:30 Uhr	<p><i>Individuelle Anreise nach Jakarta</i></p> <p>Begrüßung der Delegation und Briefing zum anstehenden Wochenprogramm durch Vertreter der AHK bei einem gemeinsamen Abendessen Ort: Delegationshotel</p>
Dienstag, 27. November 2018	
08:30 Uhr	<p>Vorstellungsrunde mit anschließendem Briefing der Delegation zur aktuellen politischen und wirtschaftlichen Situation in Indonesien durch</p> <ul style="list-style-type: none"> • AHK Indonesien • Deutsche Botschaft Jakarta • Germany Trade & Invest (GTAI)
10:30 Uhr	<p>Briefing zum Markt für Kosmetik und Reinigungsmittel und den aktuellem Stand zum Halal-Gesetz durch Sektorexperten, z.B. mit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertretern der Kosmetikarbeitsgruppe der Europäischen Handelskammer (eurocham) • Experten lokaler Fachverbände
12:00 Uhr	<p>Gemeinsames Mittagessen mit den Sprechern vom Vormittag</p>
14:30 Uhr	<p>Besuch der Behörde für Nahrungsmittel und Medikamente (Badan POM) bzgl. Zulassung von Kosmetikprodukten</p>
16:00 Uhr	<p>Rückfahrt</p>
18:30 Uhr	<p>Networking-Abendessen mit SektorrepräsentantInnen</p>
Mittwoch, 28. November 2018	
08:30 Uhr	<p>Präsentationsveranstaltung vor Fachpublikum</p>
12:00 Uhr	<p>Networking Lunch</p>
13:30 Uhr	<p>Einzelgespräche mit potenziellen Kunden und Geschäftspartnern</p>
16:30 Uhr	<p>Ende der Veranstaltung</p>
18:30 Uhr	<p>Gemeinsames Abendessen für eine erste Zwischenevaluierung</p>
Donnerstag, 29. November 2018	
	<p>Ganztägig individuelle in-house-Gespräche in Begleitung von AHK-MitarbeiterInnen</p>
Freitag, 30. November 2018	
08:30 Uhr	<p>Transfer</p>
09:00 Uhr	<p>Besuch der Halal-Zertifizierungsagentur BPJH</p>
10:30 Uhr	<p>Transfer</p>
11:00 Uhr	<p>Storechecks bei Händlern von Kosmetik und Reinigungsmitteln <i>Alternativ:</i> Anschlussstreffen mit Kontakten aus den vergangenen Tagen</p>
12:00 Uhr	<p>Mittagessen</p>
13:30 Uhr	<p>Transfer zur AHK; im Anschluss individuelle Abschlussgespräche mit der AHK</p>
16:30 Uhr	<p>offizielles Ende der GAB / Ab- bzw. Weiterreise</p>

Teilnahmevoraussetzungen

Die Geschäftsanbahnung ist eine projektbezogene Fördermaßnahme im Rahmen des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU 2018 und unterliegt den De-Minimis-Regelungen. Mit der Anmeldung ist eine entsprechende Erklärung über die Nichtausschöpfung der Freigrenze abzugeben. Die individuellen Reise-, Unterbringungs- und Verpflegungskosten tragen die Unternehmen selbst.

Der Teilnahmebeitrag richtet sich nach Unternehmensgröße:

- 500 Euro (netto) für Teilnehmer mit weniger als 1 Mio. Euro Jahresumsatz und weniger als 10 Mitarbeitern
- 750 Euro (netto) für Teilnehmer mit weniger als 50 Mio. Euro Jahresumsatz und weniger als 500 Mitarbeitern
- 1.000 Euro (netto) für Teilnehmer ab 50 Mio. Euro Jahresumsatz oder mehr als 500 Mitarbeitern

Die Geschäftsreise nach Indonesien findet vom 26. – 30.11.2018 statt.

Die Teilnehmerzahl ist auf 8 bis max. 12 Unternehmen beschränkt. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. KMU haben Vorrang vor Großunternehmen.

Kontakt: AHK Indonesien (EKONID)

Stephan Blocks

Jl. H. Agus Salim No. 115

Jakarta 10310 - Indonesia

Tel.: +62-21 315 4685, Fax. +62-21 3157 088

E-Mail: stephan.blocks@ekonid.id

Internet: www.ekonid.com

Kontakt Deutschland:

econAN international GmbH

Sabrina Lopp

Tel.: +49 40 75 36 51 72

E-Mail: s.lope@econan.com

Internet: www.econan.com

Datenschutzhinweis: Der computergestützten Erfassung, Speicherung und Weitergabe der Firmendaten an Dritte wird zugestimmt. Es gelten die Bestimmungen des § 28 BDSG.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) Öffentlichkeitsarbeit

11019 Berlin

www.bmwi.de

Text und Redaktion

econAN international GmbH

Stand

20.04.2018

Bildnachweis

shutterstock