



+++ ISO-KONGRESS 2010 +++

Sourcing in China

Shanghai und Ningbo im Südosten Chinas waren Anfang Juni Schauplatz des 53. Jahreskongresses der International Shopfitting Organisation (ISO).

Mit rund 40 Teilnehmern aus 10 verschiedenen Ländern war der ISO-Jahreskongress 2010 gut besucht. Die Ladenbauunternehmer nutzten die Gelegenheit, Kontakte zu Herstellern in China zu knüpfen und um eine Antwort auf die Frage finden, welche Chancen und Perspektiven eine Zusammenarbeit mit chinesischen Unternehmen bietet. Firmenbesichtigungen im Großraum Shanghai/Ningbo und ein Business-Seminar zum Thema „Sourcing in China“ vermittelten den Kongressteilnehmern praxisnahe Einblicke, was in China derzeit „geht“ und wo die Risiken liegen. Die meisten nutzten darüber hinaus die Gelegenheit für einen Besuch der Expo in Shanghai.

Bei den besuchten Produktionsbetrieben handelt es sich um noch junge Unternehmen, die in relativ kurzer Zeit eine beachtliche Marktstellung in ihrer Branche erreichen konnten. Zwei Beispiele sind die Firmen Qumer und Meikolong. Qumer Furniture Co., gegründet 1997, erzielt mit 1.200 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von 70 Mio. US-Dollar. Das Unternehmen produziert auf derzeit 50.000 qm Betriebsfläche vor allem Einrichtungen aus Holz für Büroräume, Hotels und Restaurants, beliefert aber auch den Einzelhandel mit Shop-Einrichtungen. Zu den Kunden zählen beispielsweise Disney und Dolce & Gabbana, aber auch Carrefour und die Metro-Group.

Regale und Einrichtungssysteme aus Stahl und Drahtwaren produziert die ebenfalls in Shanghai ansässige Firma Meikolong. Das Unternehmen verfügt über drei Betriebsstätten mit insgesamt 390.000 qm Fläche. Für 2010 erwartet das Unternehmen, das 1.600 Mitarbeiter beschäftigt, einen Umsatz von 60 Mio. US-Dollar.



▲ Besuch des Nordic Industrial Park in Ningbo. Das skandinavische Unternehmen ermöglicht ausländischen Firmen den Markteinstieg in China

Der Showroom präsentierte Produkte für den chinesischen Markt: Regalsysteme für den Food- und Nonfood-Handel, Displays, Einkaufswagen und Rollcontainer. Die Verarbeitungsqualität wie auch die Profilstärke der Einrichtungssysteme konnten die ISO-Mitglieder nicht durchweg überzeugen. Sales Managerin May Wang von Meikolong klärte auf, dass der chinesische Absatzmarkt weniger strenge Qualitätsmaßstäbe ansetzt als der europäische. Zu den anspruchsvollen Kunden in Europa zählen u. a. Carrefour, Metro, Tesco und Nike. Für die deutsche Kaufland-Gruppe produziert Meikolong Einkaufswagen, Lidl bezieht Regalsysteme.

Chinesischen Ladenbauunternehmen, so das Fazit aus den Firmenbesuchen, sind

mit hohem Einsatz des Betriebsfaktors Mensch sehr gut in der Lage, Erzeugnisse auch für den europäischen Markt herzustellen. Die niedrigen Personalkosten in China sind ein wichtiger Faktor für die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen, die ohne computergesteuerte Fertigungsstraßen oder Industrieroboter auskommen. Die exakte Definition eines Qualitätsstandards sowie umfassende Qualitätskontrollen, bevor das Containerschiff den chinesischen Hafen verlässt, sind dabei zumindest in der Anfangsphase einer Geschäftsbeziehung unerlässlich.

Kontakt: info@info-shopfitting.com

▼ Nachtblick auf Pudong, das Business-Zentrum von Shanghai



tung üben. Aus diesem Grunde sind jetzt neue Einzelhandelskonzepte, neue Ideen, Designs und Geschäftsformate gefragt. Dafür ist die EuroShop 2011 der richtige Ort.

Internet und E-Mails haben die Geschäftskommunikation sehr erleichtert und manche Geschäftsreise für ein persönliches Gespräch überflüssig gemacht – und damit gleichzeitig die Wichtigkeit persönlicher Treffen dringender gemacht. Elektronische Konterfeis und elektronische Kommunikation werden direkten persönlichen Kontakt niemals ersetzen können. Das ist ein weiterer Grund, warum die EuroShop 2011 so wichtig ist. Bei der ISO wie bei der EuroShop geht es in erster Linie darum, Leute zu treffen.

Wie auf der letzten EuroShop 2008 werden auch 2011 wieder die ISO Awards für die besten Messepräsentationen vergeben, wieder in den drei Kategorien „Beste Idee“, „Bestes Standdesign“ und „Beste Produktpräsentation“. 2008 bewarben sich 92 ausstellende Unternehmen. Die Jury besteht aus prominenten ISO-Mitgliedern. Da die Preise bereits am Abend des zweiten Messtages, Sonntag 27. Februar 2011, verliehen werden, ist eine Menge kreativer Hektik bei der Auswahl garantiert. Überreicht werden die Preise von ISO-Präsident Francois Mathéron von der französischen Ladenbauorganisation CFA. Bei der Preisverleihung 2008, die im Rahmen einer abendlichen Champagnerparty auf dem ISO Meeting Point stattfand, applaudierten 120 Teilnehmer den stolzen Gewinnern.

Die großen Unternehmen unter den ISO-Mitgliedern haben bereits ihre Standflächen auf der EuroShop 2011 gebucht, einige von ihnen mehr Standfläche als 2008. Die kleinen und mittleren Mitgliedsunternehmen können sich entweder für einen Gemeinschaftsstand entscheiden – oder auf dem ISO Meeting Point ausstellen. Die ISO bietet ihren Mitgliedern dort kleine, individuelle Standflächen zu attraktiven Konditionen. Alle diejenigen, die nicht ausstellen, können trotzdem von der Lounge des ISO Meeting Points profitieren. Sie können sich dort verabreden und Lieferanten, Kunden, Kollegen und Wettbewerber treffen, etwas trinken und das Wichtigste tun: Shoptalking.

Auf dem ISO Meeting Point kann man Branchenvertreter aus der ganzen Welt treffen, 2008 zählte die ISO 3.000 Besucher. Wir hoffen, 2011 auch Sie begrüßen zu können.

Kontakt für Aussteller und Sponsoren:
info@iso-shopfitting.com

▼ Die Preisträger der ISO Awards auf der EuroShop 2008 (von oben nach unten): Beste Produktpräsentation: Zumtobel, Bestes Standdesign: Euro Display, Beste Idee: Schweitzer Ladenbau



+++ EUROSHP 2011 +++

Meeting Point EuroShop

Auch auf der EuroShop 2011 wird die International Shopfitting Organisation ISO wieder mit dem ISO Meeting Point vertreten sein – als Treff- und Ausstellungspunkt und Kommunikations-Drehscheibe. ISO-Generalsekretär Preben Bailey lädt die Verbandsmitglieder ein, sich zu beteiligen. Einen Höhepunkt des ISO-Messeauftritts stellt wie 2008 die Verleihung der ISO Awards dar.

Die EuroShop ist aus Sicht der International Shopfitting Organisation mit ihren Mitgliedern aus 20 Ländern weltweit die wichtigste Messe unserer Branche. Die kommende EuroShop vom 26. Februar bis 2. März 2011 in Düsseldorf ist noch einmal eine besonders wichtige Messe, weil sie nach der einschneidenden Finanz- und Wirtschaftskrise zeigen wird, wie es auch für unsere Branche weitergeht. Und es wird weitergehen!

Viele Unternehmen hatten eigentlich keine wirtschaftlichen Probleme, bekamen aber Auswirkungen einer gewissen Panikmache zu spüren. Viele Finanzinstitute drehten den Kredithahn zu und stoppten damit die Realisierung einer Menge eigentlich vielversprechender Projekte auch im Einzelhandel. Aus unserer Sicht ist die Krise vorbei, doch die Auswirkungen werden wir noch einige Jahre spüren.

Die Mehrheit der Einzelhandelsunternehmen hat in den vergangenen drei Jahren gezögert, Investitionen zu tätigen, obwohl die Konsumenten gar keine Kaufzurückhal-