

OSTWESTFÄLISCHE WIRTSCHAFT

MAGAZIN DER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER OSTWESTFALEN ZU BIELEFELD

„Ostwestfalen meets USA“

Internationale IHK-Begegnungswoche
startet kommenden Monat

Hidden Champions in Ostwestfalen

Neue Serie stellt die „versteckten“
Marktführer der Region vor

Unternehmensfinanzierungen werden schwieriger

IHK-Umfrage beleuchtet
Kreditkonditionen

OWI SPEZIAL

Transport – Verkehr – Logistik



Chancen und Risiken deutscher Unternehmen in den USA

Die USA sind nach wie vor die **größte Volkswirtschaft** der Erde. **Deutsche Unternehmen** können die **derzeitige Situation nutzen**, um sich **neue Märkte** zu erschließen.

□ **Zwischen den USA und Deutschland** bestehen seit Jahrzehnten intensive wirtschaftliche und handelspolitische Beziehungen. Deutschland investiert als eines der wirtschaftlich stärksten europäischen Länder seit vielen Jahren in den amerikanischen Markt. Und auch von Seiten der US-Bundesstaaten sind deutsche Unternehmen aufgrund ihrer gut bezahlten Arbeitsplätze und ihrer Führerschaft in vielen technologischen Bereichen gefragt. Mit über 660.000 Arbeitsplätzen in den USA nimmt Deutschland hinter Großbritannien den zweiten Platz ein. Mehr als 3.000 Niederlassungen deutscher Firmen haben im Jahr 2008 insgesamt 212 Milliarden US-Dollar in den US-amerikanischen Markt investiert. Dies entspricht circa neun Prozent der gesamten von ausländischen Firmen in den USA getätigten Investitionen. Laut German American Business Outlook, einer Umfrage zur US-Konjunktur der Deutsch-Amerikanischen Handelskammern bei deutschen Tochtergesellschaften in den USA, in Zusammenarbeit mit dem Verbindungsbüro des Bundesverbandes der deutschen Industrie und Roland Berger Strategy Consultants, waren für das laufende Jahr 2010 58,5 Prozent der deutschen Firmen optimistisch und 9,1 Prozent rechneten sogar mit einem starken wirtschaftlichen Aufschwung.

Die Wirtschaft erholt sich von der Finanz- und Wirtschaftskrise. Die Vereinigten Staaten von Amerika sind nach wie vor die größte Volkswirtschaft der Erde und es mehren sich die Zeichen für einen bevorstehenden wirtschaftlichen Aufschwung. Trotz des Krisenjahres 2009 erwirtschafteten die USA ein BIP von über 14 Billionen US-Dollar. Germany Trade & Invest prognostizierte im vergangenen Dezember des Weiteren ein Wirtschaftswachstum von 2,5 Prozent für das Jahr 2010. Doch trotz des riesigen Absatzmarktes und dem großen Geschäftspotenzial, gibt es einige Risiken für deutsche Unternehmen in den USA.

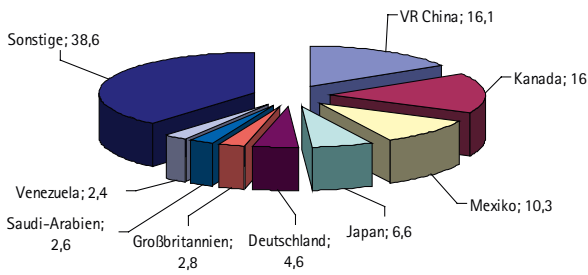
Risiken

Laut Schätzungen scheitern circa 65-70 Prozent der deutschen Unternehmen bei dem Versuch, eine Niederlassung in den USA aufzubauen und ihre Produkte langfristig auf dem amerikanischen Markt zu positionieren. Viele Unternehmer unterschätzen die Vielfalt der Unterschiede zwischen den USA und Deutschland. Der Wiedererkennungswert der Produkte, finanzielle Stärke, die Anpassung an lokale Marktgegebenheiten und ein ausgeprägter Kundenservice spielen in den USA eine wichtige Rolle und sind maßgeblich für den Erfolg eines Unternehmens. Die Preissensibilität und Bedeutung des Kundenservice ist in den USA stärker ausgeprägt, während in Mitteleuropa die Verhandlungen eher über das Herausstellen qualitativer und technologischer Vorzüge der eigenen Produkte zum Erfolg führen. Aus diesen Gründen ist es unbedingt notwendig, eine genaue Marktanalyse durchzuführen, um sicherzustellen, dass eine Positionierung der Produkte auf dem amerikanischen Markt erfolgreich sein wird.

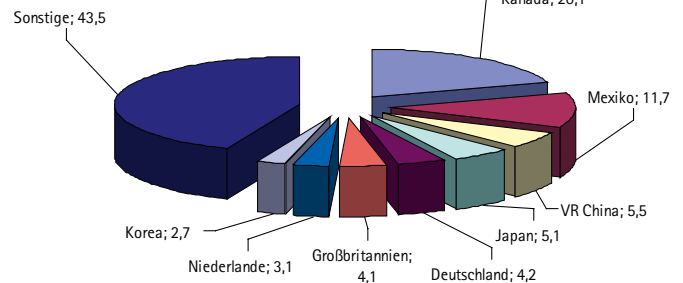
Die Höhe der notwendigen finanziellen Investitionen für einen Markteintritt in den USA wird ebenfalls oft unterschätzt. Ohne größere finanzielle Aufwendungen in den amerikanischen Markt einzusteigen führt oft zu Misserfolg. Diese Herangehensweise führt dazu, dass sich der Erfolg – wenn überhaupt – erst nach vielen Jahren einstellt. Viele deutsche Firmen machen die Erfahrung, dass die tatsächliche Amortisationsdauer von Unternehmensgründungen in den USA erheblich länger dauern kann als geplant. Oftmals verdoppelt sich der Zeitraum bis zum Erreichen des Break-Even-Punktes gegenüber den ursprünglichen Annahmen im Business-Plan. Wie bei jeder Unternehmensgründung ist einer der wichtigsten Punkte die richtige Standortwahl. Das Unterschätzen der geographischen Ausmaße eines Landes kann mitunter zu großen Schwierigkeiten führen. Bei einem ►►

Außenhandel der USA

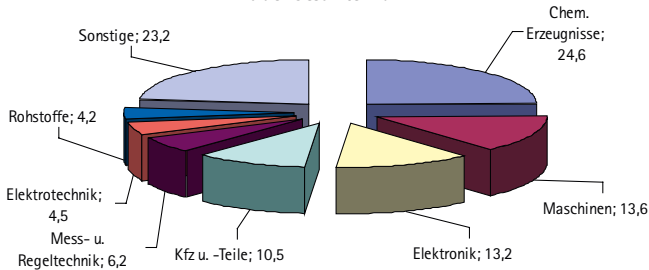
Hauptlieferländer 2008/09
in Prozent



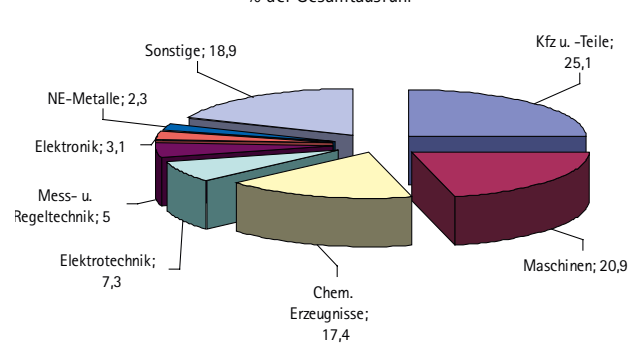
Hauptabnehmerländer 2008/09
in Prozent



Deutsche Einfuhrgüter 2008/09
% der Gesamteinfuhr



Deutsche Ausfuhrgüter 2008/09
% der Gesamtausfuhr



- Land mit kontinentalen Ausmaßen wie den USA kann die Wahl des Standortes über den Erfolg oder Misserfolg einer Firma entscheiden. Dabei sollten die spezifischen Faktoren einer Region oder eines Staates betrachtet werden. Personalkosten, Steuerbelastung, Mietkosten, Faktoren wie die logistische Anbindung, industrielle- und kommerzielle Infrastruktur, Arbeitsbedingungen sowie das politische Umfeld müssen untersucht werden.

Chancen

Der Wandel, der momentan stattfindet, bietet jedoch auch Chancen. Es besteht insbesondere die Möglichkeit, Lücken zu füllen, die von US-Unternehmen hinterlassen werden, die die Krise nicht überwinden können. So können sich deutsche Unternehmen mit geringeren Marktbarrieren etablieren. Ein weiterer Vorteil, der aus der aktuellen Situation resultiert, ist die Möglichkeit der Übernahme qualifizierter Fachkräfte. Die Arbeitslosenquote ist in den USA stark angestiegen. Lag sie im Jahr 2008 noch bei 5,8 Prozent waren es im März 2009 bereits 9,7 Prozent. So ist es derzeit möglich, hochwertiges Know-how zu finanziell günstigen Bedingungen einzukaufen.

Mit einem Standort wie den USA, einem Dreh- und Angelpunkt der globalen Wirtschaft, besteht die Chance einer Positionierung nicht nur auf dem amerikanischen, sondern auch auf dem globalen Markt. Noch sind die Vereinigten Staaten die wettbewerbsstärkste und einflussreichste Wirtschaftsnation der Welt. Der Absatzmarkt ist riesig und viele der neuesten Technologien sowie die meisten Patentanmel-

dungen kommen immer noch aus den USA. Die neue Automobilindustrie boomt im Südosten. In Texas entwickelt sich ein Mega-Trend zu erneuerbaren Energien. Die USA erleben sozusagen eine „Grüne Revolution“. Texas gehört mittlerweile zu den wichtigsten Standorten für Windenergie. Deutsche Unternehmen können die derzeitige wirtschaftliche Situation für sich nutzen, um sich neu zu positionieren, Perspektiven zu eröffnen und neue Märkte zu erschließen. Des Weiteren nutzen amerikanische Ökounternehmen gerne deutsches Know-how. Wie aus einer Studie der Unternehmensberatung Roland Berger hervorgeht, ist die Zusammenarbeit mit deutschen Unternehmen gefragt. Der Marktanteil deutscher Zulieferer liegt in der Windenergiebranche der USA bei circa 60 Prozent. Auch die deutsche Solarbranche erwartet eine Steigerung der Nachfrage um bis zu 48 Prozent innerhalb der nächsten Jahre. Die Chancen für eine erfolgreiche Unternehmensgründung mögen noch nie so gut gewesen sein wie jetzt. Trotz der prognostizierten guten Chancen ist eine gründliche Vorbereitung unerlässlich. Eine detailliert ausgearbeitete, spezifische Marktanalyse sowie eine genaue Standortanalyse sind ein Muss. Hierbei sind die Deutsch-Amerikanischen Handelskammern behilflich. Sie unterstützen den Markteintritt mit umfangreichen Betrachtungen und vermitteln Kontakte zu Geschäftspartnern. ■



WEB-LINK

www.ahk-usa.de

Die USA – ein Wachstumsmarkt

Die Bielefelder **Itelligence AG** und die **JAB Anstoetz Unternehmensgruppe** sind zwei Unternehmen, die sich **erfolgreich** auf dem amerikanischen Markt **behaupten**. Itelligence AG Vorstandsvorsitzender Herbert Vogel und JAB Anstoetz Export-Bereichsleiter Holger Keisinger über **Marktbesonderheiten** und **Mentalitätsunterschiede**.

□ **Reger Betrieb herrscht neben dem Firmensitz** der Bielefelder Itelligence AG in der Königsbreite 1. Baufahrzeuge, Bagger und Raupen schaffen Platz für einen neuen Gebäudekomplex, der den bisherigen Firmenhauptsitz des Unternehmens in Ostwestfalen zugleich stärkt und erweitert. Die weitläufige Aussicht vom Balkon im vierten Stock, dort, wo Herbert Vogel, Vorstandsvorsitzender des SAP-Dienstleisters sein Büro hat, schafft einen guten Überblick über die neuen, rund 5.100 Quadratmeter großen Räumlichkeiten, die im Juni dieses Jahres eröffnet werden sollen. 1953 in Bad Salzuflen geboren, ist der studierte Elektrotechniker seiner Heimat stets treu geblieben. „Bielefeld ist eine gute Basis“, kommentiert er den Standort seiner Firma. Hier fühle er sich wohl.

Auf Wachstum stehen die Zeichen aber nicht nur in Ostwestfalen. Schon 1995 bewies Vogel Weitblick und eröffnete in Cincinnati den ersten Auslandsstandort seiner Firma in den USA. „Im Rahmen eines Projektes für Procter & Gamble, das ein deutscher Mitarbeiter unseres Unternehmens damals in den USA betreute, entstand die Idee, dort unsere erste Niederlassung im Ausland zu eröffnen“, erinnert er sich. Schnell konnte die Itelligence AG im Land der unbegrenzten Möglichkeiten Fuß fassen. Im Jahr 2000 entstand ein zweiter Firmensitz in Chicago. Seit diesem Jahr sind die Bielefelder auch in Los Angeles vertreten. Heute arbeiten rund 300 der insgesamt 1.600 Mitarbeiter des Unternehmens in den USA, zehn Prozent davon haben deutsche Wurzeln. „Viele Mitarbeiter

gehen zunächst für einen begrenzten Zeitraum zur Betreuung eines bestimmten Projektes mit ihren Familien in die USA. Einige entscheiden sich dann, ganz dort zu bleiben“, erklärt der Vorstandsvorsitzende. Über den großen Teich zieht es die Mitarbeiter oft auf eigenen Wunsch. So auch SAP Technical Consultant Alexander Schinnen, der im Jahr 2009 für zehn Monate mit seiner Familie in Cincinnati lebte und arbeitete. Er schätzt in den USA besonders die offene und entspannte Mentalität mit europäischen Wurzeln. Cincinnati, von den Amerikanern auch „Königin des Westens“ genannt, wurde Ende des 18. Jahrhunderts gegründet und in der Mitte des 19. Jahrhunderts von vielen deutschen Auswanderern entscheidend mitgeprägt. Heute gilt sie als eine der bedeutendsten Handels- und Fabrikstädte Amerikas.

„**Im Vordergrund steht für die Amerikaner die Familie.** Viele Kontakte entstehen mit und durch Kinder“, erzählt Schinnen, was ihm und seiner Familie den Start im vergangenen Jahr in den Staaten leicht machte. Inzwischen lebt und arbeitet er wieder in Bielefeld, steht aber weiterhin geschäftlich in regem Kontakt zu den ehemaligen Kollegen. „Ich könnte mir auch vorstellen, ganz in die USA auszuwandern und dort für Itelligence zu arbeiten“, resümiert er seinen dortigen Aufenthalt. Generell sei dieser „Know-how-Austausch“, wie Herbert Vogel ihn nennt, ein wichtiger Erfolgsfaktor für sein Unternehmen. „Wir haben unser deutsches Geschäftsmodell erfolgreich in die USA übertragen. Gewünscht war von Beginn an eine nicht nur rein projektbasierte Zu-

Herbert Vogel



i HINTERGRUND

ITELIGENCE AG

Firma: 1989 von Herbert Vogel als „SVC AG Schmidt Vogel“ gegründet. 1995 wurde die erste Niederlassung in Cincinnati in den USA eröffnet. Im Jahr 2000 ging aus dem Unternehmenszusammenschluss des Bielefelder SAP-Dienstleisters SVC AG Schmidt Vogel und des Hamburger Individual-Software-Spezialisten AP-CON AG die heutige Itelligence AG hervor. Im gleichen Jahr entstand die zweite US-Niederlassung der Bielefelder in Chicago. Dieses Jahr entstand in Los Angeles ein dritter Standort an der Westküste der USA.

Umsatz: rund 220 Millionen Euro

Mitarbeiter: insgesamt rund 1.600, davon 300 in den USA

Trifft den amerikanischen Geschmack:
JAB Anstoetz verkauft seine Produkte auch in Übersee.

sammenarbeit mit unseren Kunden. Wir bauen auf ein solides Wartungsgeschäft sowie langfristige Supportverträge“, erklärt Vogel den Erfolg der Itelligence AG in den Staaten. Wie wichtig der Standort USA für das Unternehmen heute geworden ist, zeige die Tatsache, dass inzwischen rund ein Viertel des Gesamtumsatzes von 220 Millionen Euro aus dem USA-Geschäft resultiert. „Ich setze weiterhin stark auf die USA. Wir werden dort auch in Zukunft weiter investieren“, gibt Vogel über den weiteren Kurs seines Unternehmens in den USA Auskunft. Im vergangenen Jahr wurde die Itelligence AG zudem in einer Umfrage der Analysten Deloitte auf Platz 94 der 100 wichtigsten Firmen in Cincinnati gewählt - ein Indiz für die wirtschaftliche Stärke der Ostwestfalen in Übersee. Die Entscheidung in den USA präsent zu sein, habe für seine Firma aber nicht nur Imagegründe. Vielmehr sieht das Firmenoberhaupt den Standort USA pragmatisch: „Wenn wir ein neues Projekt gewinnen, ist der Firmenstandort USA von vorneherein ein Selektionskriterium für unsere Kunden“.

Vogel, der mindestens drei Mal pro Jahr in die USA fliegt, kennt die Mentalität der Amerikaner seiner Einschätzung nach genau: „In diesem Jahr fand unser Mitarbeitertreffen ja in einem Hotel mit Casino statt und dort konnte ich beobachten, in jedem Amerikaner steckt ein Spieler“, schmunzelt er, nach den Unterschieden zwischen der deutschen und amerikanischen Mentalität gefragt. Auch heute glaubten viele Amerikaner noch an den Traum, vom Tellerwäscher zum Millionär aufzusteigen, was den ausgeprägten Hang zu Glücksspielen aller Art der Amerikaner erkläre. „Positives Denken und immer ein Stück Euphorie“ seien ebenfalls Charaktermerkmale, die der Unternehmer an seinen Kunden aus Übersee schätzt. Der Geschäftsführer weiß, wovon er spricht; Regelmäßig ist er für ein so genanntes „Business Review“ vor Ort. Zudem findet einmal jährlich ein „Employee Day“, also eine Mitarbeiter Konferenz statt, bei dem sowohl Business Themen besprochen, als auch bei einer gemeinsamen Abendveranstaltung die Kontakte zu den deutschen und amerikanischen Mitarbeitern gepflegt werden.



Foto: JAB Anstoetz

Erfahrung mit dem amerikanischen Markt hat auch Holger Keisinger, Export-Bereichsleiter der Firma JAB Anstoetz, nach eigenen Angaben weltweit führender Textilverlag aus Bielefeld, für den Nordamerika ebenfalls ein wichtiger Export- und Wachstumsmarkt ist. Gleich mehrere Firmen gehören zur JAB Anstoetz Unternehmensgruppe, von denen einige Stoffverlage bereits in den USA erfolgreich vertreten sind. Keisinger: „Neben der Kern-Marke JAB ANSTOETZ verzeichnen wir international auch mit unserer Marke CHIVASSO sehr großen Erfolg. Diese Erfolge ermutigen uns, auch in der aktuellen, schwierigen Marktsituation in den USA unser Sortiment und Markenpräsenz deutlich auszubauen. Für die nächsten Jahre sind die USA für unsere Unternehmensgruppe ein bedeutender Wachstumsmarkt“. Wer im Ausland erfolgreich sein will, muss sich den lokalen Gepflogenheiten anpassen. Dabei sind so genannte Mentalitätsunterschiede ein gern diskutiertes ►►

i HINTERGRUND

JAB Anstoetz

Firma: 1946 von Josef Anstoetz gegründet. Nach dem Tod des Firmengründers übernahm 1955 sein Neffe, Heinz Anstoetz, die Geschäftsleitung. Seit 1998 sind in die Geschäftsleitung die drei Brüder Ralph, Stefan und Claus Anstoetz sowie Chris-Jacob Schinnes eingebunden. Heute ist JAB Anstoetz weltweit einer der größten Textilverlage. Exportiert wird in mehr als 80 Länder der Welt. Der Exportanteil beträgt über 65 Prozent, die USA sind nach Deutschland der größte Ländermarkt für JAB Anstoetz.

Mitarbeiter: rund 1.250 weltweit



**Gewerbepbau mit
System: wirtschaftlich,
schnell, energieeffizient**

konzipieren bauen betreuen. www.goldbeck.de

GOLDBECK

GOLDBECK West GmbH, Ummelner Straße 4-6
33649 Bielefeld, Tel. 0521/9488-9488



OSTWESTFALEN MEETS USA

9. Internationale IHK-Begegnungswoche

14.–17. Juni 2010

Ein informativer Mix aus
Wirtschaft und Politik, Kultur und
Public Relations in Bielefeld,
Herford und Paderborn

PARTNER UND MITWIRKENDE UNTERNEHMEN

Arbeitgeberverband Herford e.V.
Autohaus Schnieder am Stadion GmbH & Co.KG, Herford
Bad Driburger Naturquellen GmbH & Co.KG
Baxter Oncology GmbH, Halle (Westf.)
BRANDI Rechtsanwälte, Gütersloh
C.A.S.E. (Council of American States in Europe), Frankfurt a.M.
F. W. Brinkmann GmbH, Herford
GTAI – Gesellschaft für Außenwirtschaft und
Standortmarketing mbH, Berlin
Cigarrenfabrik August Schuster GmbH & Co.KG, Bünde
Coface Kreditversicherung AG, Bielefeld
Commerzbank AG, Bielefeld
deas Deutsche Assekuranz-Makler GmbH, Detmold
Deep South USA, Vertretung in Bielefeld
Deutsche Bank AG, Bielefeld
DSC Arminia Bielefeld GmbH & Co.KG aA
FRAMA Architekten BDA, Düsseldorf
Frommholz Polstermöbel GmbH & Co.KG, Spenge
Hartmann International GmbH & Co.KG, Paderborn
Henschke und Partner GbR, Bielefeld
HypoVereinsbank AG, Bielefeld
IHK-Akademie Ostwestfalen GmbH, Bielefeld

Indiana Economic Development Corporation Europe, Berlin
Internationaler Wirtschaftsclub OWL, BWA, Berlin
KPMG AG, Bielefeld
Kühne + Nagel (AG & Co.) KG, Bielefeld
NRW.International GmbH, Düsseldorf
MARTa Herford gGmbH
Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG, Bielefeld
Paul Hettich GmbH & Co.KG, Kirchlengern
Peter-Lacke GmbH, Hiddenhausen
Pikeur Reitmoden Brinkmann GmbH & Co.KG, Werther
Poggenpohl Möbelwerke GmbH, Herford
Ravensberger Hof Hotelbetriebs-GmbH, Bielefeld
Rosendahl Catering & Event, Bielefeld
Rödl & Partner GbR, Nürnberg
Schlichte Hof, Bielefeld
Skyline Express International GmbH, Lage
Smith, Gambrell & Russell LLP, Atlanta
State of Georgia, München
traduco Fachübersetzungen GmbH, Halle (Westf.)
Whiteford, Taylor & Preston LLP, Baltimore
Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen e.V.
Ludwig Weinrich GmbH & Co.KG, Herford

KONTAKT:
Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld
Elsa-Brändström-Str. 1 – 3, 33602 Bielefeld
Telefon: +49 521 554-198
Fax: +49 521 554-109



Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld



German American
Chambers of Commerce
Deutsch-Amerikanische
Handelskammern



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

www.ostwestfalen-meets.com

Eine Veranstaltung unter Schirmherrschaft des
Landes Nordrhein-Westfalen in Kooperation mit den
Deutschen Auslandshandelskammern in den USA,
den Industrie- und Handelskammern in NRW und dem
Deutschen Industrie- und Handelskammertag

Ministerium für Wirtschaft,
Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



► Kriterium, um über Erfolg oder Misserfolg im Ausland entscheiden zu können. Keisinger betrachtet diese Mentalitätsunterschiede zwischen Ostwestfalen und Amerikanern sehr differenziert. „Die USA sind aufgrund ihrer Größe und regionalen Unterschiede ähnlich schwer global zu umschreiben wie Europa“, betont der Export-Fachmann. „Im Süden, zum Beispiel in Texas, treffen Sie auf eine ganz andere Mentalität der Menschen als im Großraum New York oder aber im sonnigen Kalifornien. Vielen Amerikanern gemeinsam ist ganz bestimmt die Begeisterungsfähigkeit, die wir als Ostwestfalen nicht immer so viel versprechend interpretieren dürfen, wie wir das bei uns in Ostwestfalen gewohnt wären.“ Als Wohneinrichter, der Märkte auf der ganzen Welt bedient, kennt Keisinger viele unterschiedliche Stilrichtungen und Kundenwünsche. Den gewissen Hang zum Kitsch, den die Deutschen dem Land der unbegrenzten Möglichkeiten gerne nachsagen, bestätigt er jedoch nicht: „Die in einigen Regionen der USA gehobene bis exklusive Wohneinrichtung ist sehr klassisch und traditionell. Seiden, Velours, florale Jacquardgewebe und Druckstoffe

sind wichtige Produktgruppen. In seiner Fülle und Durchgängigkeit wirkt dieser traditionelle Einrichtungsstil in europäischen Augen eher überladen und ‚kitschig‘. Aber auch hier sind die Einrichtungsstile regional sehr unterschiedlich. Der Westen der USA mit seiner Präferenz für Naturgewebe und -farbtöne unterscheidet sich von der modernen, reduzierten, loftartigen Einrichtung, die in der Metropole New York zu finden ist.“ Nach dem Krisenjahr 2009, das auch für JAB Astoetz in den USA ein schwieriges war, rechnet Keisinger wieder mit steigender Nachfrage: „Insbesondere durch die Immobilienkrise in den USA ist unsere Branche besonders stark beeinträchtigt gewesen. Zum Ende des ersten Quartals 2010 spüren wir eine leichte Belebung der US-Wirtschaft. Da wirtschaftliche Entwicklungen in unserer Branche jedoch eher zeitversetzt zu spüren sind, erwarten Experten und andere Branchenkenner eine positive und nachhaltige Tendenz für unser Marktsegment im dritten Quartal. Wir schließen uns dieser optimistischen Einschätzung gern an“, beschreibt Keisinger die aktuelle Geschäftserwartung. > **Tobias Ernst** ■

„Mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede“

US-Manager Brik Eyre, verantwortlich für BioPharma Solutions bei der internationalen **Baxter Healthcare Corporation**, erläutert im Interview, **warum** der Konzern auch einen **Standort in Halle** unterhält und was den besonderen **Standortvorteil** ausmacht.

Mr. Eyre, Amerikanern wird nachgesagt, dass sie pragmatisch und zielstrebig sind, Ostwestfalen gelten als stur. Sind Sie auf Mentalitätsunterschiede gestoßen – und wenn ja, auf welche?

Eyre: Unterschiedliche Herangehensweisen und Perspektiven bringen eine gewisse Lebendigkeit ins Geschäftsleben, und meiner Meinung verfügen Amerikaner und Deutsche in Mentalitätsfragen über mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede. Wir haben viele unterschiedliche Typen in unserem Team, aber unser gemeinsames Ziel, unseren

Kunden dabei zu helfen, Patienten zu behandeln, lässt uns über diese Unterschiede hinwegsehen und so gut zusammenarbeiten. Wir erhalten von unseren Kunden und Partnern aus der Industrie regelmäßig Anerkennung für unsere Kundenbetreuung, ganz gleich, ob wir Kunden in Deutschland oder Amerika betreuen. Und dieses Lob wird unterstützt durch unsere preisgekrönte Qualität und unsere Produktinnovationen.

Von Chicago nach Halle/Westfalen – warum hat sich Baxter für den Standort in Ostwestfalen entschieden?

Eyre: Baxter, und insbesondere der Produktionsstandort in Halle/Westfalen, bedient Kunden in Europa, Nord- und Süd-Amerika sowie Asien. Deren Ziel ist es, Leben zu retten und zu erhalten. Obwohl unsere Auftragsfertigung ihren Sitz in Chicago, Illinois, hat, war es im Jahr 2001 sinnvoll, für unser Europageschäft den Standort in Halle zu kaufen. Die lange Firmentradition und das besondere Fachwissen der Haller Mitarbeiter, kombiniert mit dem Vorrang der

Gute Standortbedingungen: Der amerikanische Konzern Baxter schätzt seinen Standort in Halle. Die lange Firmentradition, das Fachwissen der Mitarbeiter und die Lebensqualität, die Ostwestfalen den Mitarbeitern bietet, waren kaufentscheidend.



Fotos (2): Baxter



Brik Eyre

Krebsforschung innerhalb unseres Pharmazeutischen Geschäftsfeldes, haben die Entscheidung leicht gemacht. Außerdem schätzen wir die Lebensqualität, die Ostwestfalen unseren Mitarbeitern bietet. Ich glaube, Ostwestfalen ist nicht nur ein sehr guter Ort für unsere Angestellten, um dort zu arbeiten sondern auch, um dort zu leben.

Welches Entwicklungspotenzial sehen Sie in der BioScience-Sparte und welche Rolle kommt dabei dem Standort in Ostwestfalen zu?

Eyre: BioScience-Medikamente und die Krebsforschung sind attraktive und schnell wachsende Bereiche der Pharmazeutischen Industrie. Dieser Bereich ist einer der Haupttreiber für Baxters Geschäftsentwicklung. Wir sehen dieses zentrale Wachstumsfeld und die einmaligen Möglichkeiten am Standort Halle und sind nun dabei, unsere dritte Kapazitätserweiterung abzuschließen. Wir werden auch weiterhin in Ressourcen und Technologie investieren, um in der vordersten Reihe des pharmazeutischen Fortschritts zu bleiben.

Was versprechen Sie sich von der Teilnahme an der Internationalen IHK-Begegnungswoche „Ostwestfalen meets USA“?

Eyre: So wie wir weiterhin in unseren Standort und unsere Mitarbeiter in Halle investieren, sehen wir die Veranstaltungswoche als ein Investment, um andere Unternehmer einzubinden, Best-Practice-Beispiele und ihr Expertenwissen über internationale Märkte mit anderen Unternehmern zu teilen. Wir möchten durch unsere Teilnahme stärkere und intensivere Kontakte zur regionalen Wirtschaft aufbauen. > Heiko Stoll ■

i HINTERGRUND

Baxter beschäftigt nach eigenen Angaben weltweit 48.500 Mitarbeiter. Hauptsitz der Baxter International Inc. ist Deerfield (bei Chicago), USA. Im Jahr 2008 erzielte Baxter einen Umsatz von rund 12,3 Milliarden US-Dollar. Mit 35 Prozent Umsatz ist Europa der wichtigste Markt außerhalb der USA. In über 50 Ländern beschäftigt das Unternehmen 14.200 Mitarbeiter. In über 100 Ländern der Welt behandeln Ärzte Patienten mit Produkten von Baxter. Als Hersteller von Arzneimitteln und medizintechnischen Produkten ist das Unternehmen weltweit mit über 60 Produktionsniederlassungen vertreten. Der größte europäische Standort von Baxter befindet sich in Österreich, wo das Unternehmen 3.400 Mitarbeiter beschäftigt. Hier stellt Baxter vor allem Plasmapräparate und Impfstoffe her. In Orth an der Donau arbeiten 700 Mitarbeiter im biomedizinischen Forschungszentrum von Baxter. Für Baxter arbeiten in Deutschland rund 1.000 Mitarbeiter in Produktion, Marketing und Vertrieb. Hauptsitz des Unternehmens ist Unterschleißheim bei München. Weitere Standorte befinden sich in Höchststadt a. d. Aisch, Halle/Westfalen und Bielefeld. Die Baxter Deutschland GmbH ist ein Unternehmen der Baxter International Inc.



2010

05.05.	STB Marketplace Trendmesse der deutschen Veranstaltungsbranche
06.-08.05.	Briefmarken Int. Briefmarken-Messe
16.-21.05.	18. WHEC 2010 Int. Welt-Wasserstoff Energie Konferenz und Ausstellung
01.-04.06.	Reifen No. 1 in tires and more
15.-17.06.	Kiosk Europe Expo* Int. Fachmesse für Self Service Terminals
15.-17.06.	Digital Signage Expo* Int. Fachmesse für Digital Signage
03.-06.07.	Modatex Fashion Fair* Int. Fachmesse für Braut- und Abendmode
25.-27.07.	United Sourcing Fachmesse für Hersteller von Bekleidung, Schuhen, Accessoires
14.-16.09.	Aluminium Weltmesse der Aluminiumindustrie und Kongress
14.-16.09.	Composites Europe Europäische Fachmesse & Forum für Verbundstoffe
22.-24.09.	VGB Kraftwerke VGB-Kongress mit Fachausstellung
24.-25.09.	Start Die Messe für Existenzgründung und Franchising
02.-03.10.	Euro Teddy Int. Teddybären- und Steiffiermesse
05.-08.10.	Security Weltmarkt für Sicherheit und Brandschutz
21.-24.10.	Spiel Int. Spieltage mit Comic Action
04.-07.11.	Art & Antique Int. Verkaufsausstellung für Kunst und Antiquitäten
06.-14.11.	Mode · Heim · Handwerk Die große Verbrauchermesse für die ganze Familie
12.-13.11.	Azubi- & Studientage Die Messe für Ausbildung und Studium
12.-14.11.	Patienta Int. Patientenmesse mit Patientenkongress
27.11.-05.12.	Essen Motor Show For drivers and dreams

*Nur für Fachbesucher | Termine Stand März 2010
Auszug aus dem Veranstaltungsprogramm 2010
Änderungen vorbehalten

www.messe-essen.de | Messe-Info 01805. 22 15 14
(0,14 €/Minute, Mobilfunkpreise max. 0,42 €/Minute)