



Markt mit Wachstums- potenzial

Indien gehört mit einem Wirtschaftswachstum von 6,5 Prozent zu den sich am dynamischsten entwickelnden Märkten überhaupt. Rund 1,4 Milliarden Einwohner, eine wachsende Mittelschicht, steigender Konsum – der Subkontinent als größte Demokratie der Welt bietet viele Möglichkeiten.



Drei Beispiele, wie sich ostwestfälische Unternehmen auf dem indischen Markt behaupten.

NTT DATA Business Solutions

„Indien ist gerade auch im Lichte der aktuellen internationalen Verwerfungen ein überaus interessanter Markt mit spannenden Perspektiven für deutsche Unternehmen“, erklärt Norbert Rotter. Der Vorstandsvorsitzende des Bielefelder SAP-Dienstleisters NTT DATA Business Solutions weiß, wovon er spricht. Sein Unternehmen beschäftigt weltweit mehr als 16.500 Mitarbeitende, davon inzwischen 4.000 allein in Indien – und damit genau so viele wie im Heimatland Deutschland. „Insbesondere in der IT ist Indien mit der guten Ausbildung der Menschen in Mathematik und Informatik ein weltweiter Taktgeber. Und die IT ist in Indien die Wachstumsbranche schlechthin.“ Die zunächst von US-Firmen und inzwischen von Unternehmen aus der ganzen Welt genutzte IT-Kompetenz in Indien trage dort auch zur Entwicklung der gesamten Wirtschaft und Gesellschaft bei. „In Indien wächst zusehends ein Mittelstand und die Mittelschicht. Das macht das Land mit seinen rund 1,4 Milliarden Einwohnern auch für westliche Unternehmen zu einem immer relevanteren Markt“, sagt Rotter. Für Einsteiger in den indischen Markt gebe es dabei, wie in allen Schwellenländern, Chancen und Herausforderungen, betont der Vorstandschef.

KOOPERATIONEN MIT HOCHSCHULEN KNÜPFEN

NTT DATA Business Solutions selbst gründete 2013 seine erste Niederlassung in Indien. Aktuell ist der siebte Standort im Aufbau. „Wir siedeln uns nun auch abseits der Metropolen an, in denen vor allem die großen US-Konzerne bestimmend sind, und versuchen, gezielt Kooperationen mit Hochschulen zu knüpfen“, erklärt Rotter. „Die noch immer deutlich niedrigeren Tagessätze der IT-Fachkräfte in Indien sind aktuell noch ein Faktor. Aber die Perspektive verschiebt sich bei uns zusehends weg vom Kostenvorteil hin zu Qualitätsthemen und zum Know-how.“ Die Einheiten in Indien unterstützen NTT DATA Business Solutions insbesondere technologisch bei der Transformation von Kunden auf die neueste



Foto: NTT DATA

Weltweiter Taktgeber Norbert Rotter setzt bei der IT-Entwicklung auf gut ausgebildetes Personal aus Indien.

SAP-Unternehmenssoftware S/4 HANA, eine cloud-basierte Technologie, die unter anderem Echtzeit-Datenverarbeitung, die Nutzung von Künstlicher Intelligenz sowie maschinelles Lernen bietet. NTT DATA Business Solutions profitiere dabei auch von der Zeitverschiebung zwischen Deutschland und Indien von dreieinhalb Stunden. Damit ließen sich die für Projekte und Systembetreuungen zur Verfügung stehenden täglichen Arbeitsstunden ausweiten.

Die große Zahl an gut ausgebildeten, jungen, englischsprachigen Fachkräften, ein überdurchschnittliches Wirtschaftswachstum, immer besser werdende Infrastruktur und das vergleichsweise noch niedrigere Lohnniveau nennt Rotter als Vorteile des Standorts Indien. Bei Compliance-Themen und Bürokratie mit Meldepflichten auf lokaler, bundesstaatlicher und nationaler Ebene gebe es derweil Herausforderungen. Und bei Wertschöpfung und Produktivität sei Indien noch nicht auf Augenhöhe mit Deutschland. „Mit unseren 4.000 Beschäftigten in Indien Erlösen wir aktuell insgesamt rund 100 Millionen Euro im Jahr,

die Hälfte davon entfällt auf den lokalen Markt. Unsere 4.000 Mitarbeitenden in Deutschland setzen rund 600 Millionen Euro um“, sagt Rotter. Er sieht großes Potenzial sowohl auf dem indischen Markt selbst, wo vor allem produzierender Mittelstand und Töchter internationaler Konzerne zu den Kunden zählen, als auch für Indien als Offshore-Standort für globale Projekte.

VERTRAUENSPERSON WICHTIG

Für einen erfolgreichen Einstieg in Indien sei eine Vertrauensperson, die sich mit den lokalen Gegebenheiten und der Kultur auskennt, von großer Bedeutung. „Unser Indien-Geschäft hat ein inzwischen ehemaliger, aus Indien stammender Mitarbeiter aufgebaut, der zuvor jahrelang für uns in den USA tätig war“, erläutert Rotter. Er sieht einen stetig und stark wachsenden Einfluss Indiens und indischer Experten insbesondere in seiner Branche. „Indien ist der Motor in der IT-Welt.“ Das zeigt sich auch bei NTT DATA Business Solutions. „Wir wachsen dort mit deutlich zweistelligen Raten. Das gilt auch für das Personal, sodass die Mitarbeiterzahl in Indien die in Deutschland in den kommenden Monaten übertreffen wird“, sagt Rotter. Apropos: „Deutschland insgesamt muss dringend aufwachen, sonst werden wir wirtschaftlich links und rechts von immer mehr Ländern überholt“, warnt der CEO und fordert mehr Wettbewerbsfähigkeit des hiesigen Standortes ein.

SUBKONTINENT ALS FOKUSMARKT

Indien ist derweil für die Zukunft gesetzt: „Der Subkontinent ist für uns und den ganzen NTT-Konzern ein Fokusmarkt“, erklärt Rotter. Die Konzernmutter des Bielefelder IT-Dienstleisters investiere allein in weitere Rechenzentren in Indien rund zwei Milliarden Dollar. Auch NTT DATA Business Solutions baut auf Indien – und auf weiteres Wachstum.

HETTICH

Von den Vorzügen des Subkontinents als Markt für ostwestfälische Familienunternehmen ist André Eckholt, Geschäftsführer des in Kirchlengern ansässigen Möbelbeschlagherstellers Hettich, überzeugt: „Indien bietet unserem Unternehmen vielfältige strategische Vorteile. Zum einen stellt der Markt mit über 1,4 Milliarden Einwohnern und einer wachsenden Mittelschicht ein enormes Absatzpotenzial dar. Darüber hinaus profitieren wir von den

Fokusmarkt Die Konzernmutter des Bielefelder IT-Dienstleisters NTT DATA investiert rund zwei Milliarden Dollar in weitere Rechenzentren in Indien.



Foto: NTT DATA

vergleichsweise niedrigen Produktions- und Personalkosten sowie von einer gut ausgebildeten technischen Fachkräftebasis. Dies ermöglicht eine wirtschaftlich effiziente Fertigung bei gleichzeitig hohem Qualitätsstandard.“ Eckholt teilt damit eine ähnliche Sichtweise wie CEO Rotter von NTT DATA.

Ein weiterer wesentlicher Standortvorteil sei die geostategisch günstige Lage Indiens: Als Drehscheibe für Exporte in die SAARC-Region, den Mittleren Osten und Afrika spiele der Standort eine zentrale Rolle in der internationalen Hettich-Wachstumsstrategie.

STARK FRAGMENTIERTER MARKT

Dabei zeichne sich die Möbel- und Beschlagbranche in Indien durch mehrere besondere Merkmale aus. „Der Markt ist stark fragmentiert und wird nach wie vor von kleinen und mittelständischen Handwerksbetrieben dominiert“, sagt Eckholt. Gleichzeitig sei ein struktureller Wandel hin zu mehr Organisation, Markenbewusstsein und industrieller Fertigung zu beobachten.

Ein wesentlicher Wachstumstreiber sei die zunehmende Urbanisierung und der damit verbundene Ausbau von Wohn- und Gewerbeimmobilien. Diese Entwicklung führe zu einer steigenden Nachfrage nach funktionalen, qualitativ hochwertigen und platzsparenden Beschlags- und Möbellösungen – insbesondere im mittleren und gehobenen Marktsegment. „Indische Kunden sind traditionell preisbewusst, jedoch steigt parallel das Interesse an komfortorientierten und designorientierten Produkten wie Soft-Close-Systemen oder modularen Lösungen. Besonders in den urbanen Zentren gewinnt das Premiumsegment zunehmend an Bedeutung“, beschreibt Eckholt das Marktumfeld.

Ein weiterer wichtiger Aspekt sei die Notwendigkeit der Lokalisierung: Produkte müssten an klimatische Bedingungen – beispielsweise hohe Luftfeuchtigkeit oder Staubbelastung – und lokale Nutzungsgewohnheiten angepasst werden. Lokale Produktion, technische Anpassung und Servicestrukturen seien daher ein entscheidender Erfolgsfaktor.

Nicht zuletzt gewinne das Projektgeschäft – etwa mit Bauträgern, Architekten und Hotelketten – stetig an Bedeutung. Hier sei die Nachfrage nach integrierten Systemlösungen besonders hoch.

FRÜHZEITIG IN LOKALE PRÄSENZ INVESTIEREN

Potenziellen Markteinsteigern empfiehlt der Hettich-Manager, den indischen Markt nicht mit einer rein



Foto: Hettich

Produkte an lokale Kundenbedürfnisse anpassen Hettich-Geschäftsführer André Eckholt sagt, dass Funktionalität, Design oder Preis-Leistungs-Verhältnis auf den indischen Markt abgestimmt werden müssen.

exportorientierten Denkweise zu betrachten, sondern frühzeitig in lokale Präsenz, Partnerschaften und Marktverständnis zu investieren. „Indien ist kein homogener Markt, sondern äußerst vielfältig in Bezug auf Regionen, Sprachen, Mentalitäten und Geschäftsgewohnheiten. Daher ist ein gutes Verständnis lokaler Kundenbedürfnisse, Entscheidungswege und Preissensibilität entscheidend.“

Erfolgreiche Markteintritte basierten häufig auf starken lokalen Partnern – sei es in Vertrieb, Fertigung oder Projektgeschäft. Gleichzeitig sollten Unternehmen bereit sein, Produkte und Lösungen an einheimische Anforderungen anzupassen, sei es in puncto Funktionalität, Design oder Preis-Leistungs-Verhältnis. Zudem seien langfristiges Denken, Geduld und persönliche Beziehungspflege im Geschäftsaufbau unverzichtbar. Wer bereit sei, in den Markt zu investieren und ihn ernsthaft zu verstehen, werde langfristig davon profitieren.

Indien wird nach Ansicht Eckholts auch in den kommenden Jahren zu den wichtigsten Wachstumsmärkten weltweit gehören. „Wir rechnen mit einer weiterhin dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung, getragen durch mehrere strukturelle Faktoren: Zum einen wird das hohe Bevölkerungswachstum in Kombination mit Urbanisierung, einer wachsenden Mittelschicht und steigendem Konsum die Inlandsnachfrage weiter ankurbeln – insbesondere in Sektoren wie Bau, Infrastruktur, Wohnen, Mobilität und Digitalisierung. Zum anderen fördert die Regierung aktiv die Industrieentwicklung im Land – etwa durch Programme wie ‚Make in India‘, gezielte Produktionsanreize sowie Reformen zur Verbesserung des Geschäftsklimas.“ Diese Maßnahmen stärkten die



Foto: Böllhoff Gruppe

Sieht stabiles Wachstumspotenzial Firmenchef Wilhelm A. Böllhoff betont die strategischen Vorteile des Subkontinents für die Erschließung weiterer Märkte.

Republik nicht nur als Absatzmarkt, sondern auch als wettbewerbsfähigen Produktionsstandort.

Hinzu komme, dass der Subkontinent zunehmend auch in globalen Lieferketten an Bedeutung gewinne – als Alternative oder Ergänzung zu bestehenden Standorten wie China.

Insgesamt erwartet der Hettich-Manager ein robustes Wachstum mit Chancen für technologieorientierte, qualitätsbewusste Unternehmen – insbesondere, wenn sie langfristig denken und lokal verwurzelt agieren.

Hettich ist seit dem Jahr 2000 offiziell in Indien vertreten. Seitdem habe sich das Unternehmen von einer Vertriebsniederlassung zu einem umfassend aufgestellten Anbieter mit eigener Produktion, landesweitem Vertriebsnetz, regionalen Büros sowie Showrooms in allen Metropolregionen entwickelt. „Mit kontinuierlichen Investitionen in Fertigung, Logistik

und Service hat Hettich India heute eine Schlüsselrolle innerhalb der globalen Hettich-Gruppe und ist der führende Anbieter für Möbelbeschlagslösungen im indischen Markt“, beschreibt Eckholt die Entwicklung. Der Hauptsitz befindet sich in Mumbai, im Bundesstaat Maharashtra. Die Produktionsstätten liegen in Vadodara (Gujarat) und Indore (Madhya Pradesh). Rund 2.000 Mitarbeitende werden insgesamt in dem Land beschäftigt.

„SOWOHL-ALS-AUCH“

Eckholt plädiert dafür, China und Indien als Märkte im Blick zu behalten. Aus seiner Sicht gehe es weniger um ein „Entweder-oder“ zwischen den beiden Staaten, sondern vielmehr um ein „Sowohl-als-auch“ – mit jeweils unterschiedlichen Stärken.

China bleibe kurzfristig ein starker Industriestandort mit ausgezeichneter Infrastruktur, hoher Fertigungstiefe und global integrierten Lieferketten. Allerdings führten geopolitische Spannungen, steigende Lohnkosten und eine zunehmende Abkehr westlicher Märkte von Abhängigkeiten zu einem Umdenken.

„Indien hingegen bietet langfristig enormes Potenzial – nicht nur als Wachstumsmarkt mit einer jungen Bevölkerung und wachsender Mittelschicht, sondern auch als attraktiver Produktionsstandort. Politische Stabilität, Reformen und Programme wie ‚Make in India‘ schaffen zunehmend investitionsfreundliche Rahmenbedingungen“, so Eckholt.

Aus seiner Perspektive entwickle sich das Land aktuell zu einem starken strategischen Partner – insbesondere für Unternehmen, die nah an dynamischen Absatzmärkten wie Südostasien, dem Mittleren Osten oder Afrika agieren möchten. In vielen Bereichen – etwa bei industrieller Lokalisierung, Digitalisierung und Technologietransfer – sieht er Indien auf einem vielversprechenden Weg. „Langfristig trauen wir Indien zu, eine ähnlich bedeutende Rolle im globalen Wirtschaftsgefüge zu übernehmen wie China – jedoch mit eigenem Charakter und Entwicklungspfad.“



Foto: Böllhoff Gruppe

Produziert vor Ort Die Bielefelder Böllhoff Gruppe fertigt mit rund 100 Mitarbeitenden in Gurugram.

BÖLLHOFF GRUPPE

Auch für die Böllhoff Gruppe bietet die größte Demokratie der Welt als Standort zahlreiche strategische Vorteile: „Erstens ermöglicht uns die Internationalisierung, Indien als einen eigenständigen Kontinent und Markt zu betrachten. Dies eröffnet uns die Möglichkeit, unsere globale Expansion weiter zu diversifizieren. Indien ist einer der am

schnellsten wachsenden Märkte weltweit und bietet Zugang zu einem breiten Netzwerk von qualifizierten Fachkräften und innovativen Unternehmen. Diese Faktoren machen Indien zu einem lohnenden Standort für Böllhoff, um unsere internationale Präsenz zu stärken und unsere Geschäftstätigkeiten nachhaltig auszubauen“, sagt Wilhelm A. Böllhoff. Gemeinsam mit seinem Bruder Michael W. Böllhoff leitet er die in Bielefeld ansässige Böllhoff Gruppe in vierter Generation. Das auf Verbindungstechnik spezialisierte Familienunternehmen ist aktuell mit 43 Standorten in 25 Ländern, verteilt auf fünf Kontinente, vertreten. Dazu zählt seit 2007 auch der Standort mit eigener Produktion im indischen Gurugram, der „Bollhoff Fastenings Private Ltd.“. Von den weltweit 3.400 Beschäftigten arbeiten dort etwa 100. Der Standort hat 2024 rund zehn Millionen Euro zum Gesamtumsatz der Böllhoff Gruppe von 754 Millionen Euro beigetragen.

STABILES WACHSTUMSPOTENZIAL

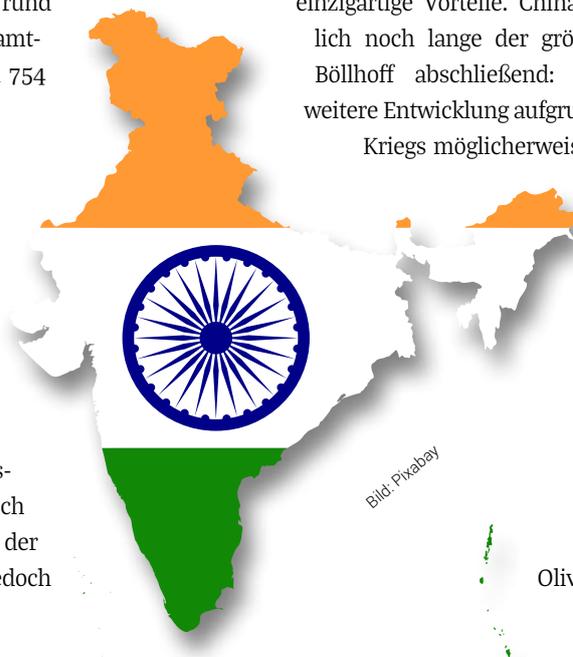
Als eine Marktbesonderheit nennt Wilhelm A. Böllhoff die kulturelle Vielfalt, die sowohl neue als auch bestehende Kundenbeziehungen beeinflusst. „Indien bietet ein enormes Wachstumspotenzial, das zwar im Vergleich zu China etwa 15 bis 20 Prozent der industriellen Größe ausmacht, jedoch

weiterhin vielversprechend ist.“ Er rechnet mit einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung, aber mit einer anderen Dynamik als in China.

Potenziellen Markteinsteigern in Indien empfiehlt er, zunächst klein anzufangen. Es sei wichtig, erste Erfahrungen zu sammeln und darauf aufzubauen, um erfolgreich zu sein und nachhaltig zu wachsen. „Ein entscheidender Erfolgsfaktor ist die Gewinnung von lokalem Management, das gleichzeitig internationale Erfahrung mitbringt“, sagt Böllhoff.

Auf die Frage, ob China oder Indien wirtschaftlich das Rennen machen wird, ist Böllhoff – ähnlich wie Hettich Geschäftsführer André Eckholt – überzeugt, dass beide Länder ihre eigenen Stärken ausspielen werden: „Aus unserer Perspektive ist es entscheidend, in beiden Märkten vertreten zu sein.“ Beide böten einzigartige Vorteile. China werde voraussichtlich noch lange der größere Markt bleiben. Böllhoff abschließend: „Allerdings ist die weitere Entwicklung aufgrund des globalen Zollkriegs möglicherweise unsicherer. Indien

hingegen bietet ein stabiles Wachstumspotenzial.“



Oliver Horst, Silke Goller

Ostwestfalen meets INDIA
20. Internationale IHK-Begegnungstage
30. Juni – 2. Juli 2025

IHK Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld

Standortvorteile nutzen

Tradition trifft Innovation: Die **deutsch-indischen Wirtschaftsbeziehungen** im Wandel

Indien bietet deutschen Unternehmen derzeit eine einzigartige Kombination aus wirtschaftlichem Wachstum, attraktiven Investitionsbedingungen, einem wachsenden Konsum und einem innovativen Ökosystem. Zeit, sich mit dem indischen Markt und den deutsch-indischen Wirtschaftsbeziehungen genauer zu beschäftigen, denn mit 6,5 Prozent Wachstum gehört Indien weiterhin zu den dynamischsten Märkten weltweit.

Die Geschichte deutscher Unternehmen in Indien ist geprägt von einer langen Tradition und kontinuierlicher Entwicklung. Bereits im 19. Jahrhundert begannen deutsche Firmen, Handelsbeziehungen mit Indien aufzubauen. Einige Unternehmen wie Siemens, Bosch, Bayer und BASF sind seit über 100 Jahren in Indien aktiv. Die Deutsch-Indische Handelskammer, AHK Indien, wurde bereits im Jahr 1956 auf Initiative von deutschen Unternehmen

in Mumbai als erste AHK in Asien gegründet. Diese frühen Verbindungen legten den Grundstein für eine starke wirtschaftliche Partnerschaft zwischen Deutschland und Indien, die bis heute anhält. Mit 4.000 Mitgliedern ist die AHK Indien mit Abstand die größte AHK weltweit.

Heute sind deutsche Unternehmen in nahezu allen wichtigen Sektoren der indischen Wirtschaft vertreten, darunter Automobilindustrie, Maschinenbau, Chemie, Informationstechnologie und erneuerbare Energien. Die deutsch-indischen Wirtschaftsbeziehungen sind stärker denn je, und deutsche Firmen profitieren von der wachsenden Mittelschicht und der zunehmenden Kaufkraft in Indien. Die deutschen Exporte in das Land lagen im Jahr 2024 über 16 Milliarden Euro. Laut dem German Indian Business Outlook (GIBO) 2024, der jährlichen Umfrage der AHK Indien und der KPMG unter deutschen Unternehmen vor Ort, erwarten 78 Prozent der befragten deutschen Unternehmen steigende Umsätze im laufenden Geschäftsjahr, und 55 Prozent rechnen sogar mit höheren Gewinnen. Diese positiven Prognosen spiegeln das Vertrauen in den indischen Markt wider und zeigen, dass deutsche Unternehmen bereit sind, ihre Investitionen zu erhöhen. Sechs von zehn deutschen Unternehmen planen, ihre Investitionen im laufenden Geschäftsjahr zu steigern. Es vergeht keine Woche ohne eine neue Werkseröffnung von deutschen Mitgliedern in Indien. Aktuell sind circa 2.000 deutsche Unternehmen mit einer eigenen Niederlassung vor Ort vertreten.

Indien bietet eine Reihe von Standortvorteilen, die deutsche Unternehmen anziehen. Dazu gehört die politische Stabilität, die Verfügbarkeit qualifizierter Fachkräfte und die vergleichsweise niedrigen Lohnkosten. Diese Faktoren machen die Republik zu einem attraktiven Ziel für Produktionsstätten und Forschungs- und Entwicklungszentren. Laut GIBO 2024 plant jedes vierte deutsche Unternehmen, Indien für eigene Forschung und Entwicklung zu nutzen.

Die Zukunft deutscher Unternehmen vor Ort sieht daher vielversprechend aus und bietet zahlreiche Chancen für Wachstum und Innovation. Mit der zunehmenden wirtschaftlichen Bedeutung Indiens und den positiven Geschäftserwartungen deutscher Firmen wird der Subkontinent zu einem immer attraktiveren Standort. In diesen turbulenten Tagen wirkt Indien als Fels in

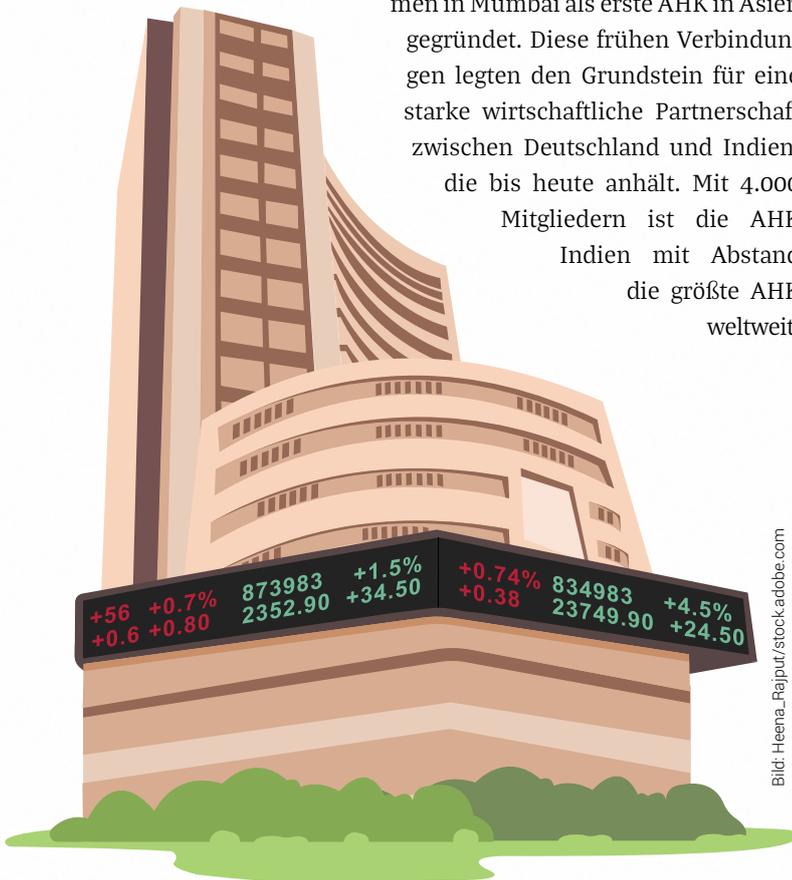


Bild: Heena_Rajput/stock.adobe.com

der Brandung. Premierminister Modi hat das erste Jahr seiner dritten Amtszeit erfolgreich absolviert und kurbelt durch Steuersenkungen und hohe Investitionen in die Infrastruktur die Wirtschaft weiter an.

Wer überlegt, mit seinem Unternehmen den Markteintritt in Indien zu wagen, sollte vor allem eines tun: Netzwerken. Fast nirgendwo anders auf der Welt zählt der persönliche Kontakt so viel.

Geschäftskontakte müssen intensiv gepflegt werden und gehen auch auf persönlicher Ebene weiter. Grußsendungen zu wichtigen Feiertagen, regelmäßige E-Mails und Telefonate mit Erkundigungen nach dem Befinden, der Familie etc. und Geschäftsessen bei persönlichen Besuchen sind unerlässlich für eine langfristige und stabile Geschäftsbeziehung.

Daher ist es ratsam, den Markteintritt mit einem starken Partner vor Ort zu starten, hier bietet die AHK Indien wertvolles lokales Wissen und Expertise, die für den Markteintritt und die Geschäftsentwicklung unerlässlich sind, sowie ein

starkes Netzwerk vor Ort. Die AHK Indien kennt die kulturellen, rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor Ort und kann Unternehmen dabei helfen, sich in Indien zurechtzufinden.

Die AHK Indien mit über 100 Expertinnen und Experten unterstützt mit sechs Büros vor Ort und der Repräsentanz in Düsseldorf seit fast 70 Jahren deutsche Unternehmen bei allen Fragestellungen rund um den indischen Markt.

Kontakt:

Anne Kriekhaus

Referentin

AHK Indien

Repräsentanz Düsseldorf

E-Mail: anne.kriekhaus@indo-german.com



Grußwort

S. E. Ajit Gupte, Indischer Botschafter, Berlin: „Es gibt ein großes Potenzial für die Vertiefung der Beziehungen zwischen der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld und ihren Partnern in Indien“



Foto: Indische Botschaft

Ich gratuliere der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld zu ihrer lobenswerten Initiative, der Organisation der Veranstaltung „Ostwestfalen meets India“ vom 30. Juni bis 2. Juli 2025.

Die strategische Partnerschaft zwischen Indien und Deutschland ist in den letzten 25 Jahren immer stärker geworden. Ein wichtiger Meilenstein waren die zwischenstaatlichen Konsultationen, die am 25. Oktober 2024 in Neu-Delhi unter dem gemeinsamen Vorsitz des indischen Premierministers und des deutschen Bundeskanzlers stattfanden. Die 18. Asien-Pazifik-Konferenz der deutschen Wirtschaft, die vom 24. bis 26. Oktober 2024 ebenfalls in Neu-Delhi stattfand, unterstrich das wachsende Interesse der deutschen Wirtschaft an Indien in allen Bereichen.

Deutschland bleibt einer der wichtigsten Handelspartner Indiens in Europa, wobei der bilaterale Handel im Jahr 2024 einen historischen Höchststand von 33,4 Milliarden US-Dollar erreichte. Deutschland ist auch eine der größten Quellen für ausländische Direktinvestitionen in Indien.

In diesem Zusammenhang nimmt die dynamische und innovative Region Ostwestfalen einen einzigartigen Platz in der deutschen Industrielandschaft ein. Mit ihrem ausgedehnten Netz von Hochschul- und Forschungseinrichtungen ist die Region gut positioniert, um globale Talente – auch aus Indien – zu nutzen, um den sich ständig weiterentwickelnden Anforderungen der Industrie gerecht zu werden.

Städte wie Bielefeld, Paderborn und Gütersloh sind Teil eines dichten Netzes von Industrie- und Innovationsstandorten. Die Region beherbergt über 120.000 Unternehmen – von globalen Marken bis hin zu hochspezialisierten „Hidden Champions“. Damit ist sie beispielhaft für ein integriertes Ökosystem aus Talent, Innovation und Lieferketten. Heute leistet diese Region einen wichtigen Beitrag zum bilateralen Handel zwischen Indien und Deutschland, wobei das Bundesland Nordrhein-Westfalen fast 20 Prozent des Gesamtvolumens ausmacht.

Der starke Kontakt und die enge Zusammenarbeit zwischen den regionalen Industrie- und Handelskammern, sowohl in Indien als auch in Deutschland, haben eine zentrale Rolle bei der Förderung dieser Wirtschaftspartnerschaft gespielt. Die Glaubwürdigkeit und die Kraft des IHK-Netzwerks dienen als Multiplikator – sie bringen die Ambitionen und Bedürfnisse der Unternehmen mit den Möglichkeiten für Investitionen, Partnerschaften und Talente in Einklang. Es gibt ein großes Potenzial für die Vertiefung der Beziehungen zwischen der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld und ihren Partnern in Indien.

Initiativen wie „Ostwestfalen meets India“ sind wichtige Plattformen zur Förderung des Dialogs, zum Aufbau von Netzwerken und zur Schärfung des Bewusstseins. Sie bringen die wichtigsten Akteure zusammen, um dauerhafte Brücken der Zusammenarbeit zu schaffen. Während Indien und Deutschland weiterhin einen gemeinsamen Weg zu nachhaltigem Wachstum und innovationsgetriebenem Wohlstand beschreiten, können Institutionen wie die IHK Ostwestfalen zu Bielefeld einen wichtigen Beitrag dazu leisten, das ganze Versprechen unserer Partnerschaft zu verwirklichen.



Ostwestfalen meets INDIA

20. Internationale IHK-Begegnungstage

30. Juni – 2. Juli 2025



PROGRAMM

Montag, 30. Juni 2025 | 18.00 - 22.00 Uhr
Vorabendveranstaltung: Ostwestfalen meets India
Hechelei Bielefeld

Einladung: VerbundVolksbank OWL eG VerbundVolksbank OWL eG

Murali Nair, Senior Project Manager, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh,
INA KREIMER, Vorstand, VerbundVolksbank OWL eG, Höxter,
S. E. Dr. PHILIPP ACKERMANN, Deutscher Botschafter in Indien und
 Bhutan, Neu Delhi, **DR. MARKUS MIELE**, Vizepräsident, IHK Ostwest-
 falen und Geschäftsführender Gesellschafter, Miele & Cie. KG, Gütersloh

Dienstag, 1. Juli 2025 | 10.00 - 13.30 Uhr
Eröffnung der 20. Internationalen IHK-Begegnungstage
Ostwestfalen meets India 2025
IHK Ostwestfalen zu Bielefeld

Auftakt, moderiert von **TIMO FRATZ**, Chefredakteur Radio Bielefeld, mit **JÖRN WAHL-SHWENTKER**, Präsident der IHK Ostwestfalen und Geschäftsführender Gesellschafter der Spedition Wahl GmbH & Co. KG, Videobotschaft **MONA NEUBAUR**, Stellvertretende Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen und Ministerin für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie, Düsseldorf, **S. E. AJIT VINAYAK GUPTA**, Botschafter der Republik Indien, Berlin, **DR. VOLKER TREIER**, Außenwirtschaftschef der DIHK, Berlin, **FELIX NEUGART**, Geschäftsführer, NRW.Global Business, Düsseldorf, **STEFAN HALUSA**, Geschäftsführer, Deutsch-Indische Handelskammer, Mumbai, **DENIZ PIELSTICKER**, CFO, Bertelsmann Investments, Gütersloh. Musikalisches Entrée: **CASSMAE** - German Singer-Songwriter in love with India

Teilnahme an den Veranstaltungen sichern –
Anmeldungen sind zwingend erforderlich

Kontakt:
 Sascha Cosentino, IHK Ostwestfalen
 s.cosentino@ostwestfalen.ihk.de
 Telefon: 0521 554-198



Schirmfrau:
 Mona Neubaur, Stellvertretende Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen und Ministerin für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie

www.ostwestfalen-meets.com

Dienstag, 1. Juli 2025 | 14.30 - 17.30 Uhr
Indien: Aus der Praxis
NTT DATA Business Solutions AG, Bielefeld
 Einladung: KPMG AG



THEMEN:
 Steuern | Fachkräfte | Förderungen | Fertigungsmöglichkeiten

NORBERT ROTTER, CEO, NTT DATA Business Solutions AG,
SERJOSCHA KECK, Partner, Regionalleiter Tax Nord, KPMG AG,
 Hannover, **CAROLIN RUPPERT**, Projektleiterin, DIHK, Berlin,
PETRA MILESEVIC, Referatsleiterin EU- und Außenwirtschafts-
 förderung, NRW.BANK, Düsseldorf, **CAROLIN HAMBRÜGGE**,
 Director, Startup Factory Services India Pvt. Ltd.,
 Chennai

Mittwoch, 2. Juli 2025 | 09.00 - 15.00 Uhr
Doing Business in & with India
IHK Ostwestfalen zu Bielefeld
 Einladung: Rödl & Partner GmbH

Rödl & Partner

THEMEN:
 Vertrieb | Beschaffung | Recht | Messen

DIRK MATTER, Geschäftsführer, Deutsch-Indische Handelskammer,
 Düsseldorf, **MARTIN WÖRLEIN**, Partner, Leiter Team Indien,
 Rödl & Partner, Nürnberg, **Sonjoy Chaudhury**, Senior Expert,
 Dr. Wamser + Batra Holding GmbH, Bochum, **Sonia Prashar**,
 Geschäftsführerin, NürnbergMesse India & Secretary General,
 Federation of European Business in India

Mittwoch, 2. Juli 2025 | 17.30 - 21.30 Uhr
Indien: Wirtschaftspolitischer Abend
Volksbank in Ostwestfalen eG, Gütersloh
 Einladung: Volksbank in Ostwestfalen eG



TIMO FRATZ, Chefredakteur Radio Bielefeld, **RALPH BRINKHAUS**,
 MdB und Vorsitzender der Deutsch-Indischen Parlamentarier-
 gruppe, Gütersloh, **DR. ANDREAS HETTICH**, Vorsitzender des
 Beirats der Hettich-Gruppe, Kirchlegern, **MARKUS KEMMING**,
 Geschäftsführer, 3C Holding GmbH, Rheda-Wiedenbrück



Viele Möglichkeiten vorhanden

Indien im Fokus: Der **Beschaffungsmarkt** für deutsche Einkäufer boomt

Indien ist für deutsche Firmen kein neuer Markt. Bestimmte Waren und Dienstleistungen beziehen sie schon seit längerer Zeit von dort, beispielsweise chemische Erzeugnisse, Pharmazeutika, Textilien und Leder sowie Elektronik und Elektrotechnik. Auch andere Branchen sind für deutsche Einkäufer aber einen Blick wert. Germany Trade & Invest hat aktuelle Entwicklungen auf dem Subkontinent untersucht und gibt einen kurzen Überblick über Beschaffungschancen über die genannten Branchen hinaus auch in den Bereichen Metall, Nahrungsmittel, Kunststoffe und IT-Dienstleistungen.

METALL

Indien ist nach China der zweitgrößte Stahlhersteller der Welt. Im Bereich der Spezialstahlherstellung gibt es aber noch erhebliches Wachstumspotenzial. Die indische Regierung unterstützt die Branche mit finanziellen Anreizen, den sogenannten „Production Linked Incentives“. Die Metallverarbeitungsbranche in Indien besteht hauptsächlich aus kleinen und mittleren Unternehmen, nur circa zehn Prozent sind Großunternehmen. Rund ein Viertel des Branchenumsatzes von etwa 20 Milliarden US-Dollar wird durch Exporte erzielt. Die Kapazitätsauslastung liegt bei rund 80 Prozent, bei kleinen Gießereien jedoch nur bei 50 Prozent. Der Anteil der Exporte nach Deutschland wächst, insbesondere in der Automobilbranche, die etwa ein Drittel der indischen Gießereiprodukte abnimmt.

TEXTIL & LEDER

Indien gehört zu den Top-10 Lieferanten Deutschlands für Textilien, Bekleidung, Schuhe und Lederwaren. Im Vergleich zu China, Bangladesch und Vietnam hat Indien jedoch oft das Nachsehen, da diese Länder günstiger und qualitativ besser produzieren. Die indische Regierung plant, die Exporte von Textilien und Bekleidung bis 2030 auf 100 Milliarden US-Dollar zu verdreifachen. Indien deckt fast die gesamte Wertschöpfungskette in der Textil- und Lederindustrie ab und möchte

diesen Vorteil durch bessere Integration nutzen. Das Land will auch nachhaltiger produzieren und investiert in umweltschonende Verfahren.

NAHRUNGSMITTEL

Der Agrarsektor trägt etwa 17 Prozent zur Wirtschaftsleistung Indiens bei und beschäftigt rund 43 Prozent der Arbeitskräfte. Unterschiedliche Böden und klimatische Bedingungen ermöglichen den Anbau diverser Lebensmittel das ganze Jahr über. Indien gehört bei der Produktion vieler Lebensmittel zur Weltspitze, darunter Weizen, Reis und Hülsenfrüchte. Die Produktion dient hauptsächlich der Eigenversorgung, während einige höherwertige Lebensmittel wie Mangos oder Tee exportiert werden. Die Lebensmittelverarbeitung ist noch wenig entwickelt, was zu hohen Verlusten führt. Die Regierung fördert daher die Verarbeitung und den Ausbau von Kühlkapazitäten.

CHEMIE

Die Chemiebranche ist ein bedeutender Industriezweig in Indien, in dem 90 bis 100 Prozent der Wertschöpfung auf Unternehmen im formellen Sektor entfallen. Das ist für das Land ein ungewöhnlich hoher Wert. Es gibt etwa 11.000 Fabriken, die ein breites Sortiment an chemischen Produkten herstellen, darunter Grundchemikalien, Pestizide, petrochemische Erzeugnisse, pharmazeutische Produkte, Farben und Lacke. Die Clusterregionen Gujarat, Maharashtra und Tamil Nadu sind gut angebunden und verfügen über eine effektive Transportinfrastruktur. Deutschland importiert insbesondere organische Chemikalien, Arzneimittel, Farben, Lacke und Kunststoffe in Primärform aus Indien.

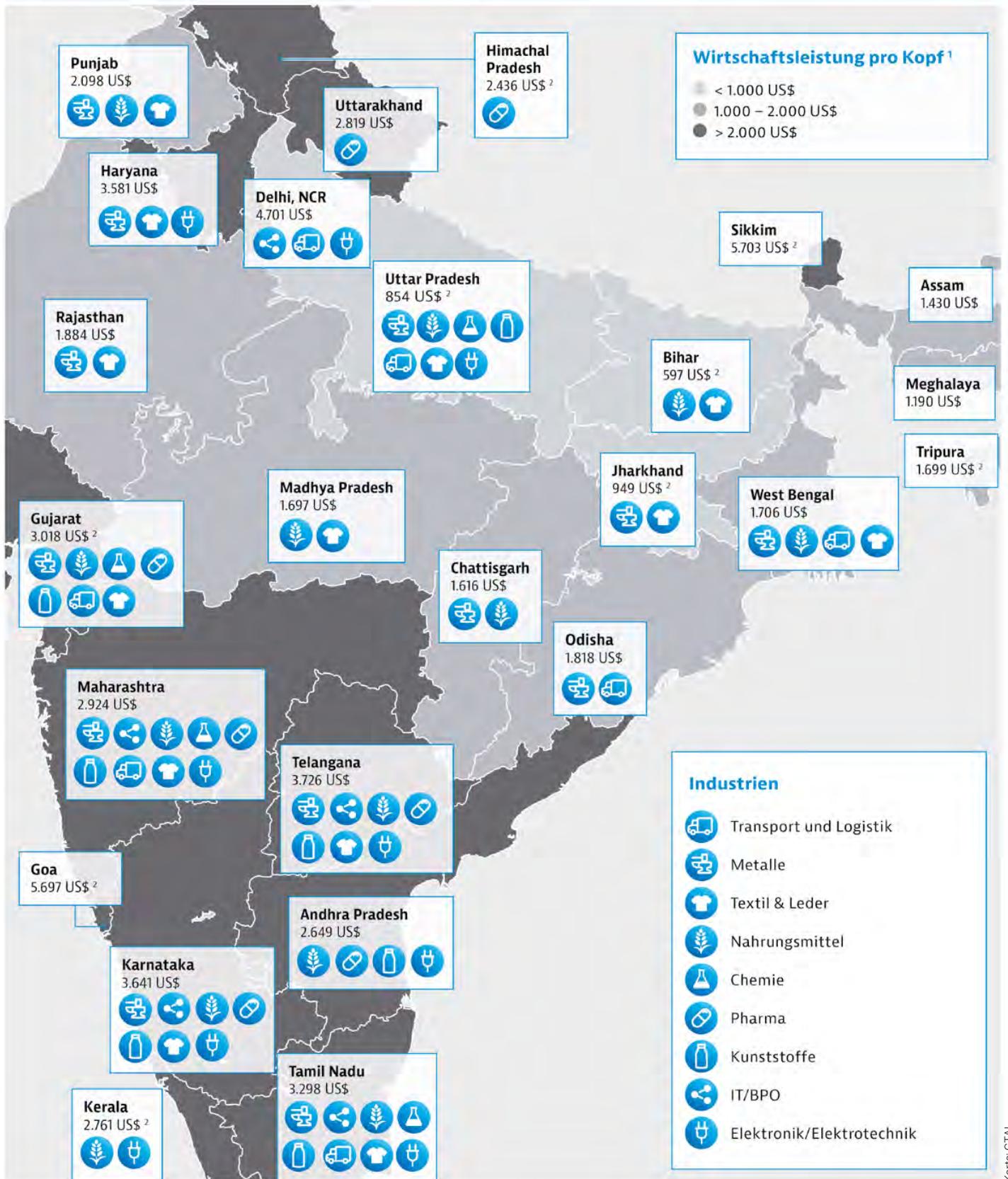
PHARMA

Indien liegt im Pharmabereich weltweit auf Platz 14 nach Produktionswert und auf Platz drei nach Produktionsmenge. Etwa die Hälfte der Produktion wird exportiert. Experten erwarten in den kommenden Jahren eine deutliche Produktionssteigerung, die auch den Export fördern wird.

Fortsetzung auf Seite 34 ▶



Industrieschwerpunkte und Wirtschaftsleistung pro Kopf nach Bundesstaaten (Auswahl)



Karte: GTA

1) Finanzjahr 2022/2023; 2) Finanzjahr 2021/2022; Umrechnungskurs vom 22. Februar 2024: 1 Indische Rupie = 0,012 US-Dollar.
 Quellen: Press Information Bureau; Recherchen von Germany Trade & Invest 2024



Es gibt rund 3.000 Pharmaunternehmen mit über 10.000 Produktionsstätten, hauptsächlich kleine und mittelgroße Betriebe, die 30 bis 40 Prozent der Produktion ausmachen.

Zu den großen Unternehmen zählt beispielsweise das Serum Institute of India, der weltweit mengenmäßig größte Impfstoffhersteller. Viele Firmen befinden sich im Süden und Westen des Landes. Indien produziert etwa 20 Prozent der weltweit hergestellten Generika und 60 Prozent der Impfstoffe. Die Regierung fördert die Herstellung aktiver pharmazeutischer Wirkstoffe und anderer Grundstoffe durch Subventionen.



KUNSTSTOFFE

Die Größe der indischen Kunststoffindustrie ist schwer zu erfassen, da 90 bis 95 Prozent der Unternehmen kleine und mittlere Betriebe sind, oft im informellen Sektor. Im Finanzjahr 2021/2022 (1. April bis 31. März) gab es 660 Betriebe für synthetischen Kautschuk und Kunststoffe in Primärforn, fast 12.500 für Plastikwaren und etwa 2.300 für Gummiwaren. Rund 3.500 Unternehmen sind im Export aktiv. Die Kapazitätsauslastung liegt bei 50 bis 60 Prozent. Unternehmen können die Produktion bei steigender Nachfrage aber erhöhen. In Indien besteht im Kunststoffsektor eine Abhängigkeit von ausländischen Vorprodukten, wobei Investitionen eher in Zwischen- und Endprodukte fließen, unterstützt durch Subventionen der Bundesstaaten.



INFORMATIONSTECHNOLOGIE

Der Dienstleistungssektor trägt fast 50 Prozent zur Wirtschaftsleistung Indiens bei und bietet einem Drittel aller Beschäftigten im Land Arbeit. Deutschland kauft auch Dienstleistungen in Indien ein, hauptsächlich im IT-Bereich. Multinationale Unternehmen nutzen Global Capability Centers in Indien. Diese zentralisieren Betriebsabläufe wie Finanzen, IT und Personal, standardisieren Prozesse und fördern Innovationen. Anfang 2025 gab es rund 1.950 dieser Zentren in Indien. Der Dienstleistungseinkauf ist meist unkomplizierter als die Beschaffung von Gütern, jedoch müssen deutsche Unternehmen oft auf Englisch kommunizieren. Einige IT-Dienstleister in



Indien bieten auch deutschsprachige Kommunikation an.

ELEKTRONIK / ELEKTROTECHNIK

Indien will die Abhängigkeit von China bei wichtigen Produkten wie Mikrochips und Halbleitern verringern. Zudem will das Land die lokale Produktion von Elektronik und Elektrotechnik ausbauen, um die heimische Industrie zu versorgen und als alternativer Beschaffungsmarkt zu dienen. Wichtige Produktgruppen sind hier Stromkabel, Schaltanlagen, Transformatoren und Kondensatoren. Vor allem die großen indischen Hersteller investieren in die Entwicklung neuer Produkte. Das technische Niveau der in Indien gefertigten Elektrotechnikausrüstung soll in den nächsten Jahren weiter steigen. Indien steigt auch in die Halbleiterproduktion ein und plant hier mehrere Projekte. Einige davon befinden sich bereits im Bau. Die Regierung unterstützt diese Projekte mit Fördermitteln im Rahmen der „India Semiconductor Mission“.

Mehr Infos in der Broschüre
„Sourcingchancen in Indien –
Branchenüberblick für Einkäufer“ ▶



Kontakt

Mareen Haring
Germany Trade & Invest
Süd-/Südostasien
Tel.: +49 (0)15118052399
E-Mail: mareen.haring@gtai.de



Attraktive Absatzchancen nutzen

Indien als Chance – Förderung und Finanzierung für Investitionen

Indien bietet vielen deutschen Unternehmen als Exportmarkt attraktive Absatzchancen. Aber auch Investitionen vor Ort ziehen Unternehmen in Betracht, um beispielsweise von der hohen Anzahl an Fachkräften oder einem geringeren Lohnkostenniveau zu profitieren.

Die Finanzierung von Investitionen in Indien stellt dabei vor allem kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) oft vor Herausforderungen. Zahlreiche Förderinstrumente auf Landes- und Bundesebene sowie im Zielland können bei der Realisierung der Vorhaben helfen:

FÖRDERANGEBOTE AUF LANDESEBENE

Bereits bei der Erschließung von Auslandsmärkten berät das Enterprise Europe Network (EEN). NRW.Europa, als regionales Netzwerk des EEN für NRW, hilft beispielsweise kostenfrei bei der Entwicklung von Internationalisierungsstrategien sowie der Suche nach Geschäfts- und Kooperationspartnern in Europa. Die NRW.BANK recherchiert individuell geeignete Förderinstrumente für Vorhaben im Ausland - auch in Indien - und berät innerhalb des NRW.Europa-Netzwerks Unternehmen insbesondere hinsichtlich Finanzierung und Förderung. Darüber hinaus bietet die NRW.BANK als Förderbank des Landes Nordrhein-Westfalen zinsgünstige Darlehen für Direktinvestitionen im Ausland an. Mit dem NRW.BANK.Universalkredit können Maßnahmen finanziert werden, die im Zusammenhang mit exportbezogenen Tätigkeiten stehen, von der Marktanalyse bis zum Standortaufbau. Die Förderdarlehen werden über die Hausbanken an die Unternehmen vergeben.

UNTERSTÜTZUNG VOM BUND

Auf Bundesebene vergibt die Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH Zuschüsse in Höhe von bis zu zwei Millionen Euro für Projekte, die einen nachhaltigen Nutzen für die Menschen vor Ort schaffen.

Zudem bietet die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) Förderdarlehen für Investitionen im Ausland im Hausbankenverfahren. Für besondere Vorhaben, wie etwa Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz oder Investitionen in Umweltschutz und Nachhaltigkeit, offeriert die KfW spezielle Darlehensprogramme,

die teilweise besonders günstige Zinskonditionen aufweisen.

Außerdem unterstützt der Bund bei der Erschließung internationaler Märkte, so auch in Indien. Das Markterschließungsprogramm (MEP) informiert KMU über ausländische Märkte und bietet Leistungsschauen sowie Markterkundungs- und Geschäftsanhängerreisen an. Darüber hinaus deckt der Bund wirtschaftlich und politisch bedingte Forderungsausfälle im Exportgeschäft ab. Mit der Inanspruchnahme von Exportkreditgarantien („Hermesdeckungen“) sichert der Exporteur sein Geschäft in Entwicklungs- und Schwellenländern ab. Er entrichtet eine Gebühr, um im Schadensfall mindestens eine 80-prozentige Rückzahlung erhalten zu können.

Auch für Direktinvestitionen in Indien bietet die Bundesrepublik Deutschland ein Absicherungsinstrument an: Die Investitions Garantien des Bundes schützen Engagements deutscher Unternehmen etwa vor Unruhen, Krieg, behördlicher Willkür oder Enteignungen. Die Laufzeit der Garantien beträgt bis zu 15 Jahre.

FÖRDERMÖGLICHKEITEN IN INDIEN

NRW.Europa berät Unternehmen beim Markteintritt in Indien. Zudem fördert Indiens Regierung ausländische Investitionen mit Programmen wie „Make in India“. Das betrifft zum einen Förderanreize für die Ansiedlung von Standorten im Ausland. Zum anderen können auch ausländische Niederlassungen deutscher Unternehmen die entsprechenden Förderprogramme vor Ort nutzen.

Daneben bieten die einzelnen indischen Bundesstaaten Förderinstrumente an. Die Unterstützung ist breit gefächert und reicht von schnelleren Genehmigungsverfahren, Steuererleichterungen und zinsgünstigen Darlehen bis hin zu Zuschüssen.

Kontakt

NRW.BANK

EU- und Außenwirtschaftsförderung

Ansprechpartner für Vorhaben in Indien:

Justus Schünemann

Tel.: 0211 91741 7230

E-Mail: justus.schuenemann@nrwbank.de

Weitere
Informationen
auf der Webseite
der NRW.BANK ▶



„Musik ist die wichtigste Brücke für Toleranz“

INTERVIEW Sängerin CassMae baut eine musikalische Brücke zwischen Deutschland und Indien. Die aus Duisburg stammende Fusion-Pop-Sängerin ist auch schon vor Indiens Premierminister Modi aufgetreten. Aktuell studiert die 23-Jährige an der Hochschule für Musik und Tanz in Köln.



Foto: Luca Sankowski @lts_jeography

CassMae, Ihre Musik vereint westliche und indische Klänge. Woher stammt Ihre Verbindung zur indischen Musik und wie wird diese Fusion in beiden Ländern wahrgenommen?

2017 erhielt ich ein Stipendium für das Summer-Performance-Program am Berklee College of Music in Boston, USA. Dort habe ich mich regelrecht „schockverliebt“ in indische Musik, denn dort entstanden gerade die Anfänge des indischen

Ensembles, das mich sehr gefesselt hat. Seitdem habe ich versucht, die indische Musik immer mehr in mich aufzunehmen, unterschiedliche Sprachen zu entdecken und die Kultur und Spiritualität in meinen Alltag zu integrieren. Musik ist in Indien heilig und ein großer Teil der Kultur; ein wichtiger Teil, bei dem viele Traditionen noch genauso erhalten sind, wie sie über die Jahrhunderte praktiziert wurden. Deshalb finde ich es so spannend, diese uralten Sprachen und Musikstile mit modernem westlichem Pop zu mischen.

Sie sind sowohl in Deutschland als auch in Indien erfolgreich. Welche Unterschiede und Herausforderungen sehen Sie in der indischen Musikbranche im Vergleich zur deutschen?

Indien ist ein riesiges Land mit völlig unterschiedlichen Kulturen. Die nordindische Musikindustrie arbeitet ganz anders als die südindische. Der Fokus liegt hierbei immer noch sehr auf dem Filmgeschäft. Dies befindet sich aber im Wandel, da junge Leute zunehmend mehr Musik konsumieren wollen, als sich die Filme mit der Filmmusik anzuschauen.

Es gibt noch sehr große Lücken in Bezug auf das Musikrecht. Ich finde es sehr positiv, dass Indien daran arbeitet, diese Lücken zu schließen. Deutschland ist im Bereich Musikrecht viel weiter. Meiner Meinung nach wird aber sehr darauf geachtet, was ausschließlich für den deutschsprachigen Markt funktioniert. Kulturübergreifende Projekte sind selten kommerziell.

Die Veranstaltung „Ostwestfalen meets India“ bringt deutsche und indische Wirtschaftsakteure zusammen. Inwieweit kann Musik ein Katalysator für wirtschaftliche und kulturelle Beziehungen zwischen beiden Ländern sein?

Kulturell ist Musik natürlich immer ein großer

Gewinn, sie hat die Kraft, Kulturen zu verbinden, sie schafft Bewusstsein für unterschiedliche Kulturen, und sie weckt vor allem Neugierde. Ich finde, dass Musik die wichtigste Brücke für Toleranz darstellt. Je mehr Menschen in Deutschland über die indische Musik erfahren, desto offener und toleranter können sie sich darauf einlassen.

Wirtschaftlich ist es auch zunehmend interessant, weil mehr und mehr Leute weltweit reisen, um Konzerte und namhafte Festivals zu besuchen. In letzter Zeit sind vermehrt große westliche Künstler und Künstlerinnen, beispielsweise auch in Indien, vor einer stetig wachsenden Anzahl an Konzertbesuchern aufgetreten. Die spirituelle Musik wächst seit Jahren in den verschiedensten Communities weltweit.

Westliche Streamingportale spielen erst seit kurzem eine Rolle in Indien und wachsen nun dort auch, durch soziale Medien finden sich Künstler und Künstlerinnen aus beiden Kulturen und arbeiten zusammen an Projekten.

Sie setzen sich für Inklusion und persönliche Selbstbestimmung ein. Wie erleben Sie diese Themen in der Musikbranche in Deutschland und Indien, und welche Impulse können aus dem wirtschaftlichen Austausch beider Länder entstehen?

Inklusion ist ein Thema, worüber leider weltweit immer noch sehr wenig gesprochen wird. Auch hier kann man durch Musik Brücken bauen und Bewusstsein schaffen. Ich habe in beiden Ländern das Gefühl, dass man sich immer wieder hinterfragen muss, was eigentlich die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen sind, was sie von der Gesellschaft brauchen. Generell sehe ich auch, dass in Indien noch sehr viel aufgearbeitet werden muss, immer noch sehr viel Angst herrscht, über Behinderungen zu sprechen. Ich unterstütze den Austausch beider Nationen, über gemeinsame Projekte nachzudenken. Auch Künstler und Künstlerinnen mit Einschränkungen können zu Role Models werden, Familien motivieren, ihre Kinder zu fördern, sich mehr zuzutrauen und in die Öffentlichkeit zu treten.

GUTE GRÜNDE,

warum Sie mit einer gezielten Werbung in der Ostwestfälischen Wirtschaft viele potenzielle Kunden in ganz Ostwestfalen erreichen.

JETZT MIT IHRER ANZEIGE DABEI SEIN!



1. Das IHK-Magazin ist die Lieblingslektüre der Führungskräfte – lt. REM-Studie 2023 die mit Abstand meistgelesene Wirtschaftszeitschrift.
2. Die „Ostwestfälische Wirtschaft“ richtet sich an alle gewerblichen Unternehmen im Bezirk der IHK Ostwestfalen.
3. Personalisierte Zustellung an Inhaber, Geschäftsführer, Vorstände und Führungskräfte.
4. Diese Entscheider zeichnen sich durch hohes unternehmerisches Interesse aus und haben einen gehobenen Bildungs- und Lebensstandard.
5. Zudem verfügt diese Gruppe aufgrund eines hohen Haushaltsnettoeinkommens über eine sehr starke Kaufkraft.
6. Diese Leserschaft plant und trifft die Entscheidungen über Investitionen.
7. Werbung im IHK-Magazin wird als extrem seriös und glaubwürdig angesehen.
8. IVW-geprüfte Auflage, personalisierte Zustellung, First-Class-Zielgruppe – besser können Sie Ihre Werbung nicht platzieren!