



Erfolgreich nach Indonesien exportieren

Ein 10-Punkte-Plan

10 Empfehlungen für erfolgreiche Geschäfte mit indonesischen Kunden

Für zukunftsorientierte Exporteure ist dies ein vielversprechender Markt

Indonesien schlicht als ein Land zu bezeichnen, klingt nach Understatement. Die aus über 17.000 Inseln bestehende Republik umfasst drei Zeitzonen und erstreckt sich über 8 Millionen Quadratkilometer, von denen 80 Prozent Meeresflächen einnehmen. Mit rund 6.000 bewohnten Inseln ist Indonesien von einer Vielzahl kultureller Einflüsse geprägt. Dieser spannende Mix der Kulturen spiegelt sich auch im nationalen Wahlspruch „Bhinneka Tunggal Ika“ wider, was so viel heißt wie „Einheit in Vielfalt“.

Indonesien gehört zu den weltweit am schnellsten wachsenden Ländern und profitiert von einem boomenden Verbrauchermarkt, der die wirtschaftliche Expansion ankurbelt. Bei der stetig wachsenden indonesischen Mittelschicht sind ausländische Waren und Dienstleistungen sehr gefragt. Gleichzeitig konzentriert sich die nationale Regierung auf die Entwicklung einer grundlegenden Infrastruktur. Infolgedessen bietet Indonesien zahlreiche Geschäftsmöglichkeiten – unter der Voraussetzung, dass potenzielle Lieferanten die richtige Strategie für diesen vielversprechenden Markt zur Hand haben.

Dieser 10-Punkte-Plan wurde erstellt, weil es in Indonesien trotz aller Chancen alles andere als leicht ist, Geschäfte zu machen. Auch wenn einige Handelsbarrieren durch Deregulierung gefallen sind, sehen sich ausländische Exporteure unter Umständen immer noch mit komplexen und zeitraubenden bürokratischen Vorgängen konfrontiert. Dennoch ist dieser Markt für zukunftsorientierte Exporteure sehr

vielversprechend.

Indonesiens Wirtschaft verzeichnete in den letzten Jahren ein solides Wachstum: ein Trend, der aller Voraussicht nach anhält. Als bereits jetzt schon größte Volkswirtschaft in Südostasien soll Indonesien im nächsten Jahrzehnt zu den zehn führenden Wirtschaftsnationen weltweit gehören.



1. Örtliche Handelsvertreter oder Händler sorgfältig auswählen

Für ausländische Unternehmen, die ihre Produkte oder Dienstleistungen in Indonesien anbieten möchten, ist es eventuell hilfreich, einen örtlichen Handelsvertreter oder Händler einzuschalten. Entsprechende Vereinbarungen müssen beim indonesischen Handelsministerium (Ministry of Trade/MOT) angemeldet werden, wo eine klare Unterscheidung zwischen Handelsvertreter und Händler vorgenommen wird. Unter Handelsvertreter versteht man dort einen Mittelsmann des ausländischen Auftraggebers, wohingegen der Händler die Vermarktung und den Vertrieb der Waren und Dienstleistungen des Auftraggebers im eigenen Namen durchführt. Die folgenden Unterlagen müssen unter anderem beim indonesischen Handelsministerium eingereicht werden: ein notariell beglaubigter

Handelsvertreter-/Händlervertrag sowie eine Bestätigung des im Herkunftsland des Auftraggebers ansässigen Handelsattachés der offiziellen indonesischen Vertretung.

Bei vorzeitiger Kündigung eines Alleinvertretungsverhältnisses kann der neue Handelsvertreter/Händler erst dann beim indonesischen Handelsministerium angemeldet werden, wenn der frühere alleinige Handelsvertreter/Händler einen sogenannten „Clean Break Letter“ ausstellt. Aus diesem Grund sollte der für das jeweilige Unternehmen passende Handelsvertreter/Händler sorgfältig ausgewählt werden. Dabei ist es ratsam, die Erfolgsbilanz des betreffenden Handelsvertreters bzw. Händlers genau unter die Lupe zu nehmen.

Ein Handelsvertreter kann auf den verschlungenen kulturellen und rechtlichen Pfaden Indonesiens sicherlich

sehr hilfreich sein. Vielleicht möchten ausländische Unternehmen aber auch ihre Präsenz verstärken und eine Verkaufsrepräsentanz in Indonesien errichten. Dafür benötigen sie eine Geschäftserlaubnis der zuständigen Regierungsbehörde. In einigen Fällen sind sogar mehrere Behörden zuständig.

Ausländische Unternehmen können verschiedene Formen der örtlichen Repräsentanz errichten:

- Ein sogenanntes Representative Office des ausländischen Unternehmens in Indonesien, das vom Handelsministerium (MOT) genehmigt wurde (ein „MOT RO“), kann relativ einfach gegründet werden und bestimmte Aktivitäten für den ausländischen Lieferanten übernehmen (z. B. Tätigkeit als Vermittlungsinstanz sowie die Durchführung von Werbe- oder Marktforschungsmaßnahmen). Allerdings

kann diese Form der Repräsentanz keine operativen Tätigkeiten durchführen und beispielsweise keine Angebote annehmen, Verträge unterzeichnen oder Vertriebstätigkeiten ausführen.

- Ein vom Badan Koordinasi Penanaman Modal, dem Amt für Investitionskoordination, genehmigtes Representative Office (ein „BKPM RO“) kann die Interessen des ausländischen Unternehmens vertreten und dieses bei der Etablierung und Entwicklung des Geschäfts in Indonesien unterstützen. Das BKPM RO kann ausschließlich als überwachende, vermittelnde, koordinierende oder leitende Instanz fungieren, um die Interessen des ausländischen Unternehmens zu vertreten. Allerdings kann dieses Representative Office die Geschäftsführung des Unternehmens oder seiner Niederlassungen in

Indonesien ebenso wenig übernehmen wie dort Umsatz erzeugen oder Verträge bzw. Geschäfte in Verbindung mit dem Verkauf oder Kauf von Waren und Dienstleistungen abschließen.

- Sonstige Formen der Repräsentanzgründung sind möglich. Dabei gibt es beispielsweise branchenspezifische Repräsentanzen, wie das vom Ministerium für Öffentliche Arbeiten (Ministry of Public Works/MPW) genehmigte Representative Office für Baudienstleister („MPW RO“).

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, eine indonesische Gesellschaft, wie z. B. in Form der gängigen Penanaman Modal Asing (PMA), zu gründen: eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, die sowohl dem indonesischen Recht für Auslandsinvestitionen als auch

dem indonesischen Gesellschaftsrecht unterliegt. Grundsätzlich sind in allen Branchen Auslandsinvestitionen möglich, und ausländische Investoren können Geschäfte ohne einen indonesischen Geschäftspartner über eine PMA tätigen, die zu 100% in ausländischer Hand ist. Davon ausgenommen sind die in der Negativliste für Auslandsinvestitionen aufgeführten Fälle gemäß indonesischer Präsidentialverordnung 36/2010. Eine zu 100% von ausländischen Investoren gehaltene PMA ist verpflichtet, Anteile an indonesische Investoren innerhalb von 15 Jahren nach ihrer Gründung zu veräußern.

Alle erläuterten Modelle haben ihre Vorteile. Um die optimale Lösung für die jeweiligen Geschäftsanforderungen zu finden, ist eine unabhängige Beratung hilfreich.

2. Das Geschäftsmodell an die Marktbedingungen anpassen

In Indonesien herrscht ein hoher Wettbewerbsdruck, denn zahlreiche Unternehmen aus vielen anderen asiatischen Ländern wetteifern um die Indonesische Rupiah.

Verbrauchervorlieben und Wettbewerbsmethoden sollten deshalb genau analysiert werden, dabei helfen Tipps des zuständigen Handelsvertreters. Auch wenn indonesische Verbraucher preispfindlich sind, stufen sie ausländische Produkte als hochwertiger ein.

Die Preisstrategie ausländischer Unternehmen sollte Aspekte wie Lagerung, Lieferung, Vertrieb und Kundendienst berücksichtigen. Ferner sollte bedacht werden, dass die Durchschnittseinkommen in Indonesien trotz einer schnell wachsenden Mittelschicht erheblich niedriger sind als in gesättigteren Märkten.

Indonesiens Vertriebssystem ist

komplex, und die vorhandene, schlechte Infrastruktur darf bei einer geplanten Markterschließung nicht außer Acht gelassen werden: denn auch wenn Indonesien sicherlich eines der südostasiatischen Länder mit dem schnellsten Wachstum ist, zählen die dortigen infrastrukturellen Bedingungen immer noch zu den schlechtesten. Die indonesische Regierung hat ihre Absicht bekannt gegeben, mehr Investitionen zur Verbesserung der Infrastruktur zu tätigen, was gute Nachrichten für ausländische Firmen sind, die Leistungen in diesem Bereich anbieten. Doch bis eine wesentliche Verbesserung eintritt, sollten Unternehmen, die ihre Produkte in diesem weitläufigen Land einfach nur vertreiben möchten, mögliche Probleme mit der gegebenen Infrastruktur einkalkulieren. Dabei kann es hilfreich sein, sich einen geeigneten Handelspartner in Indonesien

zu suchen, insbesondere weil viele dieser Händler auch bei Angelegenheiten wie Einfuhr und Zollabfertigung unterstützen können.



3. Sich einen Namen machen

Markenbewusstsein und -loyalität haben in Indonesien einen hohen Stellenwert. Das Direct-Mail-Marketing kommt dort für viele Produkte und Dienstleistungen zum Einsatz. Werbemaßnahmen in örtlichen Medien können in Gebieten mit konzentrierter Kaufkraft wie Jakarta und West-Java von Nutzen sein. Durch Fernsehwerbung können landesweit die meisten Verbraucher erreicht werden.

Werbemaßnahmen sollten jedoch sorgfältig geplant sein. Indonesien ist ein religiös geprägtes und traditionelles Land, und auf bildhafte Darstellungen in der Werbung wird dort oft empfindlicher reagiert als in anderen Ländern. Um diesem Aspekt Sorge zu tragen, sollten Werbemaßnahmen im Vorfeld mit indonesischen Testpersonen geprüft werden. Dafür kommen Fokusgruppen in Betracht, die vor dem Start einer

Werbekampagne wichtiges Feedback geben können.

Neben der Steigerung des Bekanntheitsgrads von Marken und Produkten sollte die Hilfe eines örtlichen Vertreters für den Vertrieb und Kundendienst in Anspruch genommen werden. Die Markenloyalität indonesischer Kunden kann nur mit einem schnellen und effizienten Vorort-Service erreicht werden.

4. Geistiges Eigentum bestmöglich schützen

Seit Mitte der 1990er Jahre erzielt Indonesien mit Maßnahmen gegen den Diebstahl geistigen Eigentums gewisse Erfolge. Die nationalen Gesetze wurden im Sinne des sogenannten TRIPS-Abkommens der Welthandelsorganisation zum Schutz geistigen Eigentums (TRIPS: Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) reformiert. Laut Abkommen müssen in den rechtlichen Regelungen der WHO-Mitglieder feste Standards zum Schutz geistigen Eigentums vorgesehen sein.

Allerdings befindet sich Indonesien laut Ausgabe 2012 des vom US-Handelsbeauftragten jährlich veröffentlichten „Special 301“-Berichts immer noch auf der Priority Watchlist. Obwohl Indonesiens Fortschritte beim Schutz geistigen Eigentums positiv bewertet werden und Rechteinhaber von einer guten Zusammenarbeit mit den Vollzugsbehörden berichten, muss das Land dem Bericht zufolge seine Maßnahmen zur Bekämpfung von Piraterie und Fälschung weiter vorantreiben. Umso mehr haben ausländische Exporteure einen Grund dazu, jede nur verfügbare Maßnahme zum Schutz ihres geistigen Eigentums zu treffen.

In Indonesien können geistige Eigentumsrechte für Patente,

Markenzeichen, Geschmacksmuster und Urheberrechte registriert werden. Dies ist ein wichtiger Aspekt, weil eine Registrierung im Herkunftsland keinen Rechtsschutz in Indonesien mit sich bringt.

Zwei Formen des Patentschutzes können in Anspruch genommen werden: „normale“ Patente mit einer Laufzeit von 20 Jahren und „einfache“ Patente, z. B. bei Produkten mit geringerer Erfindungshöhe, mit einer Laufzeit von 10 Jahren.

Bei der Registrierung von Markenzeichen gilt in Indonesien das Erstanmeldeprinzip, d. h. der erste Antragsteller hat normalerweise das Recht zur Nutzung des entsprechenden Markenzeichens. Dies kann zu Problemen führen, weil die Inhaber eingetragener Markenzeichen in Indonesien nicht nachweisen müssen, dass sie diese bei Registrierung oder Erneuerung der Registrierung auch nutzen. Manchmal wird dieses System missbräuchlich genutzt, um die Registrierung bekannter ausländischer Markenzeichen in Indonesien zu verhindern. Deshalb ist es ratsam, Markenzeichen vor der Produktvermarktung in Indonesien registrieren zu lassen und effektive Maßnahmen zum Schutz dieser Markenzeichen zu ergreifen. Positiv ist

„Markenzeichen sollten vor der Produktvermarktung in Indonesien registriert werden.“

zu werten, dass Indonesien strengere Strafen für Markenverletzungen eingeführt hat.

Der Schutz von Geschmacksmustern gilt für 10 Jahre. Urheberrechte entstehen automatisch dann, wenn Produkte in konkreter Form geschaffen werden. Auch wenn eine Registrierung (im General Register of Works, Directorate General of Intellectual Property Rights des indonesischen Ministeriums für Justiz und Menschenrechte) nicht vorgeschrieben ist, so wird diese doch empfohlen, weil das Registrierungsdokument als rechtlicher Beweis bei möglichen Gerichtsverfahren verwendet werden kann.

5. Einfuhrzölle nicht vergessen ...

Für einige Produkte, wie Rohstoffe für Medikamente und Maschinen der Druckindustrie, fallen keine Einfuhrzölle an. Im Gegensatz dazu sind die Einfuhrzölle für andere Produkte, insbesondere für Luxusgüter und mögliche Konkurrenzprodukte zu den heimischen Erzeugnissen (wie Elektroartikel, verschiedene Agrarprodukte sowie Kaffee und Tee), massiv angestiegen. Die meisten Einfuhrzölle in Indonesien liegen bei 40 Prozent.

In Indonesien werden die Handelsbeziehungen mit bestimmten Ländern gefördert. Deshalb liegen

die Einfuhrzölle für ASEAN-Länder (ASEAN = Verband Südostasiatischer Nationen) im Allgemeinen bei 0 bis 5 Prozent (ausgenommen der auf der Ausschlussliste aufgeführten Produkte).

Außerdem gibt es in Indonesien verschiedene Freihandelszonen (die sogenannten Kawasan Perdagangan Bebas/KPB), die von Einfuhrzöllen, Verbrauchssteuern und anderen Einfuhrabgaben, wie z. B. der Mehrwertsteuer, befreit sind. Bei Lieferungen in diese Zonen sollten Lieferanten versuchen, an den finanziellen Vorteilen der Importeure teilzuhaben.

6 ... und Importbestimmungen einhalten

In Indonesien gibt es zahlreiche Importbestimmungen. Ein ausländisches Unternehmen oder dessen Handelsvertreter muss beispielsweise die folgenden Unterlagen zur Verfügung stellen: Pro-Forma-Rechnung, Handelsrechnung, Herkunftsbescheinigung, Konnossement, Packliste und Versicherungsschein. Darüber hinaus sind möglicherweise Bescheinigungen erforderlich, um bestimmte Produktanforderungen (z. B. bei Lebensmitteln oder Medikamenten) zu gewährleisten. Vor Ankunft der Ware muss der Importeur zudem den indonesischen Zoll informieren und die Importdokumente elektronisch einreichen. Alle importierten Güter sind im Sinne der indonesischen Kennzeichnungsvorschriften zu beschriften. Die Angaben müssen dabei auf Indonesisch (Bahasa Indonesia) erfolgen.

Wir weisen darauf hin, dass selbst bei Wareneinfuhren in Freihandelszonen Zollprüfungen und -strafen möglich sind.



7. Andere Länder, andere Sitten

Es ist unerlässlich, die Geschäftskultur seines Kunden zu kennen – ganz egal, wo man Geschäfte tätigen möchten. In Indonesien sind Unternehmen, wie in vielen anderen südostasiatischen Ländern, sehr hierarchisch strukturiert, und daher hinterlässt es sicherlich einen positiven Eindruck, wenn beim Betreten des Sitzungsraums die richtige Rangfolge eingehalten wird. Andererseits ist vielleicht auch ein leerer Raum vorzufinden, denn obwohl von Geschäftspartnern Pünktlichkeit bei geschäftlichen Terminen erwartet wird, könnte dies auf den indonesischen Gastgeber nicht zutreffen. Indonesische Gastgeber sollten stets mit der rechten Hand und den Worten „Selamat Pagi“ (guten Morgen), „Selamat Siang“ (guten Tag) oder „Selamat Malam“ (guten Abend) begrüßt werden.

Wie in anderen asiatischen Ländern sollten Visitenkarten mit dem nötigen Feingefühl, erneut mit der rechten Hand, überreicht und entsprechend respektvoll angenommen werden. Da Rangfolgen wichtig sind, sollte

die eigene Position eindeutig auf der Visitenkarte angegeben sein.

Beim ersten Geschäftstermin muss damit gerechnet werden, dass das eigentliche Geschäft im Hintergrund steht. Dafür gibt es zwei Gründe. Erstens ist der Aufbau von Geschäftsbeziehungen wesentlich, und das erste Treffen dient allein dazu, sich kennenzulernen. Zweitens werden in Indonesien keine schnellen Entscheidungen getroffen, und der indonesische Geschäftspartner möchte nicht den Eindruck vermitteln, dass ein Angebot nicht eingehend geprüft wird. Geduld ist hier gefragt, denn Verhandlungen können sich in die Länge ziehen und frustrierend sein. Selbst wenn ein schriftlicher Vertrag allzu vehement verlangt wird, kann dies den Eindruck vermitteln, dass das nötige Vertrauen gegenüber dem Kunden fehlt, auch wenn der Kunde die Notwendigkeit dafür versteht. Vertragliche Bestimmungen sollten eher so formuliert werden, als handele es sich um Richtlinien und nicht um eine Auflistung von Pflichten.

Weil in Indonesien der Wunsch nach Harmonie stark ausgeprägt ist, könnte die Antwort auf ein Angebot indirekt ausfallen. Viele indonesische Wörter, die scheinbar „ja“ bedeuten, implizieren ein „Nein“. Aufgrund der sehr subtilen sprachlichen Nuancen empfiehlt es sich, eine Person bei den Besprechungen dabei zu haben, die fließend indonesisch spricht.

“Der Aufbau von Geschäftsbeziehungen ist wesentlich“

8. Streitigkeiten bei Zahlungsproblemen wirksam lösen

Das indonesische Vertragsrecht beruht auf dem Grundsatz der Vertragsfreiheit. Auch wenn es keine Beschränkung bei der Wahl des gültigen Rechts und Gerichtsstands zur Beilegung von Streitigkeiten gibt, kann das Urteil eines ausländischen Gerichts in Indonesien nicht vollstreckt werden, weil Indonesien an keinem internationalen Abkommen zur Anerkennung und Vollstreckung ausländischer Gerichtsentscheidungen beteiligt ist.

Falls der indonesische Geschäftspartner über Vermögenswerte im Ausland verfügt, könnte das gültige Recht und der Gerichtsstand eines anderen Landes zur Beilegung von Streitigkeiten in Erwägung gezogen werden. Möchte ein ausländisches Unternehmen erreichen, dass sein indonesischer Geschäftspartner seine Pflichten in Indonesien aufgrund eines ausländischen Gerichtsbeschlusses erfüllt, muss er dort ein neues Gerichtsverfahren beim zuständigen indonesischen Bezirksgericht einleiten, wo dann die Entscheidung des ausländischen Gerichts als Beweis im neuen Fall dienen kann. Der für den Fall zuständige indonesische Richter kann das ausländische Gerichtsurteil nach eigenem Ermessen zur Beurteilung heranziehen, ist dazu aber nicht verpflichtet.

Es wird zudem darauf hingewiesen, dass das indonesische Rechtssystem, das auf Zivilrecht beruht und Präzedenzfälle nicht als Maßstab berücksichtigen muss, unter Umständen sehr langsam arbeitet. Außerdem entscheiden indonesische Gerichte bei Streitfällen normalerweise nicht, welche Partei die Prozesskosten zahlen muss, weshalb jede Partei für die eigenen Kosten aufkommen muss.

Neben Gerichtsverfahren können noch andere Möglichkeiten zur Beilegung von Streitigkeiten in Verbindung mit der Zahlung von Waren und Dienstleistungen genutzt werden. Im Mittelpunkt des indonesischen Rechtssystems steht die nationale Ideologie „Pancasila“, die Einigkeit statt Konfrontation fordert. Deshalb können Gerichtsverfahren erst dann eingeleitet werden, wenn ein Richter davon überzeugt wurde, dass die Parteien zumindest versucht haben, ihren Streit durch Schlichtung seitens eines Dritten oder durch ein Schiedsverfahren zu lösen.

Die Schlichtung kann nur von einem professionellen und zugelassenen Schlichter unter gerichtlicher Aufsicht übernommen werden. Ziel dabei ist eine gütliche Einigung. Streitfälle, bei denen ein Schlichter eingeschaltet wird, werden

häufig schnell beigelegt. Dies setzt jedoch voraus, dass beide Parteien zu einer Einigung bereit sind.

Ein Schiedsverfahren hat mehr Gewicht als eine Schlichtung, auch wenn das Verfahren langwieriger und teurer sein kann. Zudem bietet es im Vergleich zum Gerichtsprozess den Vorteil, dass die Streitparteien mehr Mitspracherecht im Verfahren und sogar bei der Auswahl des Schiedsmannes haben. Und während ein Gerichtsurteil angefochten werden kann, ist ein Schiedsspruch endgültig und verbindlich.

Indonesien ist Vertragsstaat des New Yorker UN-Übereinkommens über die Anerkennung und Vollstreckung ausländischer Schiedssprüche von 1958. Ist ein gültiger Schiedsvertrag vorhanden, können die Parteien ihr Recht, ein indonesisches Gericht bei Streitigkeiten anzurufen, nicht geltend machen. Die Vollstreckung eines Schiedsspruches erfolgt durch Antrag beim zuständigen Bezirksgericht und im Falle der Vollstreckung eines ausländischen Schiedsspruches beim Bezirksgericht von Zentral-Jakarta. Allerdings werden in einigen Fällen Gerichtsverfahren fortgeführt, nachdem der Schiedsspruch gefällt wurde.

9. Wertvolle Kunden bei einmaligen Zahlungsverzögerungen nicht verlieren

Es ist nicht einfach, Kunden zu gewinnen – dies gilt umso mehr für neue Märkte. Werden Mittel investiert, um an Aufträge zu kommen, möchte man den Neukunden sicherlich an sich zu binden. Falls Zahlungsprobleme auftreten, ist es daher ratsam, sich gütlich zu einigen, anstatt drastische Maßnahmen zum Forderungseinzug einzuleiten.

Es sollte nicht davon ausgegangen werden, dass ein vertraglich festgelegter Eigentumsvorbehalt von indonesischen Gerichten anerkannt wird. Indonesische Gerichtsverfahren sind unter Umständen parteiisch zugunsten des Schuldners und können zudem

teuer und langwierig sein, ohne dass ein erfolgreicher Ausgang garantiert ist. Atradius Collections hat sich darauf spezialisiert, möglichst gütliche außergerichtliche Einigungen im Namen seiner Kunden zu erreichen, und bleibt dabei in engem Kontakt mit dem Schuldner. Mit Verhandlungsmethoden und Überzeugungsarbeit, die sich bewährt haben, können offene Forderungen häufig beigetrieben werden, was gewissermaßen beiden Vertragsparteien zugutekommt. Der Inkasso-Spezialist Atradius Collections ist mit Geschäftskultur und -methoden in Indonesien bestens vertraut.



10. Wettbewerbsfähig sein und Forderungen absichern

Auch wenn vielleicht bestimmte Zahlungssicherheiten in den Verkaufsbedingungen, wie z. B. ein unwiderrufliches Akkreditiv, wünschenswert sind, sollte nicht vergessen werden, dass ein Wettbewerb mit anderen Lieferanten besteht. Deshalb ist es von Vorteil, Lieferungen auf offene Rechnung anzubieten und attraktive Zahlungsziele einzubinden. Damit bleibt jedoch das Nichtzahlungsrisiko, bestehen – es sei denn eine Kreditversicherung wurde abgeschlossen.

Atradius bietet Schutz bei Lieferungen an indonesische Unternehmen auf offene Rechnung. Als Teil davon wird auch die Bonität potenzieller Kunden in Indonesien geprüft – eine Aufgabe, die sich für Lieferanten angesichts schwer zugänglicher Finanzinformationen

über indonesische Firmen als schwierig erweisen könnte.

Unsere Underwriter verstehen es, bei der Prüfung der Bücher zwischen den Zeilen zu lesen, und machen sich bei der Bewertung von Unternehmen häufig selbst ein Bild vor Ort. Im Fokus stehen dabei riskantere Branchen, darunter die Schifffahrt, die äußerst kapitalintensiv ist, die Elektronikindustrie, wo viele der kleineren Händler eine geringe Liquidität aufweisen, und die Metallindustrie, die anfällig ist für schwankende Preise auf dem Weltmarkt.

“Wir verstehen es, bei Prüfung der Bücher zwischen den Zeilen zu lesen”

Viele Chancen für eine gewinnbringende Geschäftstätigkeit

Nach politischen Unruhen Ende der 90er Jahre hat Indonesien mittlerweile an Stabilität gewonnen und ist nunmehr die drittgrößte Demokratie weltweit nach Indien und den USA. In den letzten Jahren verzeichnete das Land ein Wirtschaftswachstum von rund 6 Prozent pro Jahr, was größtenteils auf die höheren Verbraucherausgaben einer wachsenden Mittelschicht sowie staatliche Investitionen zur Verbesserung der Infrastruktur zurückzuführen ist.

Dieser Trend setzt sich wohl fort, und einigen Prognosen zufolge sollen das verfügbare Haushaltseinkommen und die Ausgaben bis 2020 um 40 Prozent ansteigen. Die Regierung von Präsident Yudhoyono führt ihre Maßnahmen zur Liberalisierung des Außenhandels im Sinne der Welthandelsorganisation fort, auch wenn Bürokratie und Korruption weiterhin ein Problem darstellen. Generell bietet Indonesien viele Chancen für eine gewinnbringende

Geschäftstätigkeit, vorausgesetzt dass die ausländischen Exporteure die Besonderheiten des Marktes kennen und angemessene Maßnahmen zum Schutz ihrer Forderungen ergreifen.

Atradius bedankt sich bei der internationalen Anwaltskanzlei DLA Piper und der indonesischen Anwaltskanzlei Ivan Almada Baely & Firmansyah für die Mitwirkung an dieser Publikation.

Weitere Atradius Publikationen, die ebenfalls für Sie von Interesse sein könnten, stehen auf unserer Website www.atradius.de kostenlos zum Download bereit.

Atradius NV 2013

Haftungsausschluss

Dieser Bericht dient ausschließlich zu Informationszwecken und stellt keinerlei Empfehlung für bestimmte Transaktionen, Investments oder Strategien an jedwede Leser dar. Der Leser muss bezüglich der gelieferten Informationen seine eigenen Entscheidungen gleich welcher Art treffen. Obgleich Atradius sich bemüht hat sicherzustellen, dass nur Informationen aus zuverlässigen Quellen in diesen Bericht einfließen bzw. enthalten sind, übernimmt Atradius keinerlei Gewähr für die in diesem Bericht enthaltenen Informationen. Insbesondere wird keinerlei Gewähr oder Garantie – weder ausdrücklich noch implizit – übernommen in Bezug auf die Vollständigkeit, Richtigkeit, Aktualität der hierin enthaltenen Informationen oder die aus deren Verwendung abgeleiteten Resultate. Jegliche Haftung von Atradius, mit Atradius verbundenen Unternehmen, Geschäftspartnern, Vertretern oder Mitarbeitern für Schäden und Folgeschäden, die auf Entscheidungen beruhen, die im Vertrauen auf die in diesem Bericht enthaltenen Informationen getroffen wurden, ist ausgeschlossen, selbst wenn auf die Möglichkeit solcher Schäden hingewiesen wurde.



Atradius Kreditversicherung
Niederlassung der Atradius Credit Insurance N.V.
Opladener Straße 14
50679 Köln
Deutschland
Tel: +49 221 2044-4000
Fax: +49 221 2044-4144
E-Mail: info.de@atradius.com

Internet: www.atradius.de