

Als Einkäufer auf chinesischen Messen

## Ihr Weg zu einem erfolgreichen Messebesuch in China

Die chinesische Messelandschaft

Rechtliche Rahmenbedingungen

Der Messekontakt mit  
chinesischen Lieferanten

Umgang mit unterschiedlichen  
Kulturstandards

„Guanxi“ mit chinesischen  
Lieferanten – persönliche  
Beziehungen aufbauen und  
Netzwerke schaffen

Nachbereitung des Messe-  
besuchs



Termine auf Anfrage

Die gewachsene Bedeutung von Messen in China ist auch an der gestiegenen Anzahl von Messeveranstaltungen zu erkennen. Allerdings sagt die Anzahl von Messen noch wenig über deren Qualität aus.

Auch wenn für Einkäufer die Investitionen bei einem Messebesuch in China niedriger sind als für einen Aussteller, sollte doch der Nutzen der Messteilnahme mindestens die entstandenen Reisekosten rechtfertigen.

Wenn Sie als Einkäufer nach China reisen, um Erstkontakte auf einer Messe herzustellen, gilt es ein paar Regeln zu befolgen, die auf anderen Märkten nicht immer in dieser Form gelten.

Damit ist nicht nur die Beachtung der interkulturellen Unterschiede gemeint, sondern auch eine für Einkäufer eher neue Situation.

Nicht nur die Hersteller müssen sich auf chinesischen Messen präsentieren, sondern auch Sie. Qualifizierte chinesische Zulieferer mit preisgünstigen und hochwertigen Produkten werden von vielen internationalen Unternehmen gesucht und können sich in vielen Fällen ihre Kunden aussuchen.

Das Seminar „**Ihr Weg zu einem erfolgreichen Messebesuch in China**“ vermittelt Ihnen vielfältige Anregungen und Tipps. Anhand ausgewählter Beispielen lernen Sie, was Sie bei Ihrem Besuch beachten müssen.

### **Wer sollte teilnehmen?**

#### **Das Seminar richtet sich an Geschäftsleute, die**

- **einen Messebesuch in China planen**
- **mit chinesischen Lieferanten/ Geschäftspartnern verhandeln müssen**



**9.00 Uhr**  
**Begrüßung**

- Vorstellung
- Überblick über Inhalt und Ablauf des Seminars
- Abstimmung mit den Erwartungen der Teilnehmer

**9.30 Uhr**  
**Die chinesische Messelandschaft**

- Entwicklung der Messen in China
- Welche Messe ist die richtige?
- Recherche über Besonderheiten der Messeregion
- Welche Vorschriften gibt es?
- Anmeldung
- Reiseplanung
- Sicherheitsvorschriften

**10.30 Uhr**  
**Rechtliche Rahmenbedingungen**

- Einreisebestimmungen
- Handelsbedingungen/Zölle: Welche Ein- und Ausfuhrvorschriften müssen beachtet werden?
- Vertragsregeln

**11.00 Uhr**  
**Kaffepause**

**11.15 Uhr**  
**Sondierung von eigenen Interessen**

- Klare Definition der Messeziele
- Wie gestalte ich den Messebesuch effizient?
- Wie viel Zeit bringe ich mit?
- Wie präsentiere ich mich und das Unternehmen?

**12.30 Uhr**  
**Gemeinsames Mittagessen**

**14.00 Uhr**  
**Der Messekontakt mit chinesischen Lieferanten**

- Vertrauensaufbau
- Organisation des Messebesuchs
- Worauf achten chinesische Lieferanten bei der Auswahl ihrer Firma?
- sprachlicher Exkurs (Übersetzungen der Visitenkarten)



**15.00 Uhr**  
**Umgang mit unterschiedlichen Kulturstandards**

- Welche Rolle spielen Zeit und Pünktlichkeit?
- Welchen Stellenwert wird der Präsentation der Produkte beigemessen
- Wie formell bzw. informell bewegt man sich?
- Welchen Wert hat ein gegebenes Wort?

**16.00 Uhr**  
**Kaffeepause**

**16.15 Uhr**  
**„Guanxi“ mit chinesischen Lieferanten – persönliche Beziehungen aufbauen und Netzwerke schaffen**

- die Denk- und Verhaltensweise der chinesischen Lieferanten
- chinesische Kommunikations- und Argumentationsmuster
- interkulturelle Konfliktfelder frühzeitig erkennen.

**17.15 Uhr**  
**Nachbereitung des Messebesuchs**

- Was erwarten die chinesischen Gesprächspartner von Ihnen?

**18.00 Uhr**  
**Zusammenfassung und Frage-  
runde**

**Ihre Vorteile**

- Wir informieren Sie über Besonderheiten bei der Auswahl von Messen in China
- Sie erfahren, welche Probleme im Umgang mit chinesischen Lieferanten auf Sie zukommen können
- Sie entwickeln ein Gespür für unterschiedliche Kulturstandards
- Sie trainieren, typische Fehler bei der Planung Ihres Messebesuchs zu vermeiden





**Ruth Sang M.A.**

ist Business Director von SanMei - china consulting. Nach ihrem Studium der Sinologie in Deutschland, China und den USA arbeitete sie als Marketingreferentin im strategischen Marketing bei der HOCHTIEF Construction AG. Im Rahmen eines Führungsnachwuchskraft-Programmes wechselte sie zur Firma Tchibo GmbH und war als Bezirksleiterin im Vertrieb tätig. In einem weiteren Schritt wurde sie Einkäuferin im Bereich Living und Technik für den chinesischen und deutschen Raum. Frau Sang ist zertifizierte interkulturelle Trainerin.



**Zhimin Chen**

Nach ihrem Wirtschafts-Studium war Frau Chen als Marketingmanagerin bei der Firma Sunshine Im/Export Ltd. sowie bei Worldwide Resin & Chem (HK) Ltd. tätig. In ihren Verantwortungsbereich fiel u.a. die Ausrichtung zahlreicher Messebeteiligungen auf dem asiatischen Markt. Frau Chen sammelte mehr als 5 Jahre Geschäftserfahrung im chinesischen Kulturraum in den Bereichen Einkauf, Produktqualifizierung und Logistik.



Um weitere Informationen über unsere Konditionen und Termine zu erhalten, senden Sie uns bitte ein Fax an:

**040 - 89 72 65 36**

---

Name, Vorname

---

Firma

---

Straße/Postfach

---

PLZ, Ort

---

Telefon

---

Email

---

Datum/Unterschrift

Oder senden Sie uns eine e-Mail an:

[info@sanmei.de](mailto:info@sanmei.de)

Gerne können Sie auch telefonisch in Kontakt mit uns treten.

**SanMei<sup>®</sup> – china consulting**

Johann-Mohr-Weg 16a  
22763 Hamburg

Fon: 040 - 89 72 65 34

Fax: 040 - 89 72 65 36

Mail: [info@sanmei.de](mailto:info@sanmei.de)

Web: [www.sanmei.de](http://www.sanmei.de)

