

## **„Asien Märkte – viel mehr als nur China“**

**Mittwoch, 28. Oktober 2015, 18:00 Uhr**

**in der Sparkasse Westerwald-Sieg, Schlossplatz, Altenkirchen**

### **Singapur**

Singapur ist mit einer Größe von rund 716 km<sup>2</sup> und ca. 5,47 Mill. Einwohnern der wichtigste deutsche Handelspartner in Asien und zugleich ist Deutschland der wichtigste europäische Handelspartner für Singapur. Rund 1.400 deutsche Niederlassungen sind in Singapur angesiedelt. Außerdem wird Singapur als Wirtschaftsdrehkreuz genutzt für Asien, Australien, Neuseeland und auch für Japan.

Die Wirtschaftssprache ist Englisch.

Die Deutsch-Singapurische Industrie- und Handelskammer wurde 2004 gegründet und gehört zum Netzwerk von 130 bilateralen deutschen Außenhandelskammern weltweit.

### **Der Referent**



**Dr. Tim Philippi, Geschäftsführer, Deutsch-Singapurische Industrie- und Handelskammer (AHK Singapur).**

Dr. Tim Philippi kam 2004 als Delegierter der Deutschen Wirtschaft nach Singapur und ist Gründungsgeschäftsführer und Vorstandsmitglied der AHK Singapur. Er arbeitete bereits zuvor in Asien: von 1998 bis 2001 als Bereichsleiter für Marketing, Volkswirtschaft und Kommunikation in der Deutsch-Koreanischen Industrie- und Handelskammer (AHK Korea), Seoul. Zwischen seinen Auslandsstationen war er Referatsleiter und Stv. Bereichsleiter beim Deutschen-Industrie- und Handelskammertag (DIHK) im Bereich AHK/International. Seine berufliche Karriere begann Dr. Tim Philippi 1992 bei der IHK Region Stuttgart. Er war dort in verschiedenen Positionen tätig, u.a. als Persönlicher Referent des Hauptgeschäftsführers.

## **Korea**

Korea ist nach China der zweitwichtigste Abnehmer deutscher Waren in Asien. Vor allem in den Bereichen Maschinenbau, Chemie, Kfz und Medizintechnik konnten deutsche Firmen in den vergangenen Jahren gute Ergebnisse erzielen. Der Markteinstieg erweist sich allerdings oft als schwierig, so dass der Schritt nach Korea sorgfältig geplant werden sollte. Zu den Herausforderungen zählen eine andersartige Geschäftskultur, Sprachhürden sowie unterschiedliche Marktstrukturen, die von großen Konzernen (Chaebol) geprägt sind.

## **Der Referent**



**Andreas Schäfer, Stv. Geschäftsführer  
KGCCI DEinternational Ltd. (AHK Korea)**

Andreas Schäfer berät seit 15 Jahren deutsche Firmen zum internationalen Geschäft. Nach Stationen in Nordamerika, Australien und Osteuropa leitet er seit 2014 die Marketingabteilung der AHK Korea. Der gelernte Volkswirt ist begeistert von der Dynamik des koreanischen Marktes. Doch viele deutsche Firmen können ihr Absatzpotenzial in Korea nicht ausschöpfen. Oftmals hapert es an der passenden Marketingstrategie oder an interkulturellen Unterschieden. Schäfer setzt daher auf individuelle Vertriebspartnersuche und fundierte Marktinformationen. Mit seinem zweisprachigen Team hilft er deutschen Firmen dabei, sprachliche und kulturelle Hürden zu überwinden.