

16.06.2005

### **German Centre Singapore – Ein Erfolgsmodell feiert Geburtstag**

*„Majulah Singapura“, zu deutsch „Vorwärts, Singapur“, heißt die Nationalhymne des südostasiatischen Inselstaats. Ebenso könnte das Motto des dortigen German Centres (GC) lauten: Seit exakt zehn Jahren bietet das „Deutsche Haus“ der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) kleinen und mittelständischen deutschen Unternehmen die Infrastruktur und alle Dienstleistungen, die sie brauchen, um in Südostasien voran zu kommen.*

Als am 16. Juni 1995 Goh Chok Tong, damals Premierminister von Singapur, und Erwin Teufel, Baden-Württembergs damaliger Ministerpräsident, feierlich das fünfstöckige, futuristisch anmutende Gebäude im International Business Park im Westen der Insel einweihen, ahnten sie noch nicht, dass sie damit eine Erfolgsstory einleiten. Zwar war dem 25-Millionen-Euro-Projekt eine gründliche Bedarfsstudie vorausgegangen. Aber würde die Nachfrage tatsächlich auf Dauer groß genug sein, um 20.000 qm Nutzfläche zu belegen?

Und ob: Seit seiner Eröffnung verhalf das GC Singapore 350 Mietern auf den asiatischen Markt. Die beiden Asienkrisen waren zu spüren, wurden aber erfolgreich überwunden. Und obwohl inzwischen der chinesische „Drache“ mit dem

Seite 2

Presseinformation

16.06.2005

singapurischen „Löwen“ kräftig konkurriert, ist das German Centre derzeit mit über 134 Mietern zu 86 Prozent gut ausgelastet. Die Mieter kommen aus der gesamten Bundesrepublik. „Am häufigsten Vertreten sind die Bundesländer Baden-Württemberg mit 19 Prozent, beziehungsweise Bayern und Nordrhein-Westfalen mit jeweils rund 10 Prozent Anteil an der Mieterstruktur“, erklärt Stephan Weiss, seit 2002 Geschäftsführer des GC Singapore.

„Im Netzwerk der German Centres nimmt Singapur eine Vorreiterstellung ein. Hier wurde das Konzept der Deutschen Häuser erstmals vollständig realisiert“, erklärt Dr. Peter A. Kaemmerer, Leiter des Bereichs „Overseas“ bei der Landesbank Baden-Württemberg. Vom Gelingen des Pilotprojekts bestärkt, errichtete die LBBW weitere German Centres in Beijing (1999) und Mexiko-Stadt (2001); insgesamt umfasst das Netzwerk sieben Häuser.

Der Erfolg des Konzepts ist kein Zufall, orientiert es sich doch strikt am Bedarf kleiner und mittelständischer Unternehmen. Diese stehen beim „Going International“ alle vor dem gleichen Hindernis: „Ihre finanziellen und personellen Ressourcen sind begrenzt, einen Ausrutscher können sie sich nicht leisten. Deswegen brauchen sie einen erfahrenen Partner, der es ihnen ermöglicht, mit minimalem Aufwand und wenig Risiko einen funktionierenden Asienstützpunkt aufzubauen“, sagt Kaemmerer.

„Bei uns können Sie ankommen, auspacken, loslegen“, bringt Weiss das Konzept auf den Punkt. Denn die German Centres vermieten nicht nur moderne Büro- und Gewerbeflächen, sondern sie bieten alle Dienstleistungen, die eine Auslandsniederlassung braucht, unter einem Dach – vom

Seite 3

Presseinformation

16.06.2005

Catering-Service für Kundenveranstaltungen über Logistik- und IT-Dienste bis zur Rechts-, Steuer- und Finanzberatung. Darüber hinaus arbeiten die German Centres eng mit der deutschen Botschaft, der Außenhandelskammer und weiteren Institutionen zusammen. Nicht zuletzt tauschen die Mieter ihre Erfahrungen untereinander aus; so profitieren Newcomer vom Wissen der alteingesessenen Firmen. „Das German Centre bildet die Schnittstelle der deutschen Wirtschaft in Singapur. Allein die Adresse spricht Bände“, betont Stephan Weiss.

### **German Centre Singapore: Der „Löwe“ trotz dem „Drachen“**

Singapurs Wirtschaftspolitik ist ausgesprochen liberal, die Rechtssicherheit hoch, die Infrastruktur ausgezeichnet. Das macht den Stadtstaat gerade für kleine Unternehmen, denen ein China-Engagement zu riskant ist, als Ausgangsbasis für den asiatischen Zukunftsmarkt attraktiv. Weiss nennt noch weitere Vorteile: „Singapur verfügt seit 150 Jahren über einen Freihandelshafen, der Umschlag wird *in* 24 Stunden garantiert“. Der China-Boom konnte dem German Centre daher ebenso wenig anhaben wie die zweite Asien-Krise 2001: Seit einem Jahr verzeichnet das GC einen erneuten Aufwärtstrend. Unter den interessierten Firmen sind viele, die zum ersten Mal auf den südostasiatischen Markt gehen. Die Nachfragestruktur der Mieter hat sich in den vergangenen zehn Jahren verändert. „Wir haben darauf reagiert und mehr kleine Büros eingerichtet“, erklärt der German Centre-Geschäftsführer. In Singapur heißt es also wieder: „Majulah!“