

BenQ – der Newcomer aus Fernost

Am 28. Juli haben die BenQ-Aktionäre dem Kauf der Siemens-Handysparte zugestimmt. Vor dem 7. Juni war das asiatische Unternehmen BenQ in Deutschland weitgehend unbekannt. Mit 2,3 Prozent Marktanteil bei Mobiltelefonen rangierten die Taiwaner 2004 auf den hinteren Rängen. Erfolge verzeichnet die BenQ Corporation mit Endgeräten wie LCD-Monitoren, Beamern und Scannern. Jetzt soll auch mit den Handys der Sprung nach vorn gelingen.



Freut sich auf die Partnerschaft mit Siemens: Kuen-Yao Lee, Chairman & CEO von BenQ.

► „Die Zeit der Ungewissheit ist vorbei“, so die Botschaft am 7. Juni an die Siemens-Mitarbeiter des Geschäftsgebiets Mobile Devices (MD). Für die defizitäre Handysparte wurde ein Käufer gefunden – das taiwanesishe Unternehmen BenQ. Des-sen Chairman & CEO Kuen-Yao Lee richtete noch am selben Tag via Videopressokonferenz das Wort an die Öffentlichkeit: „Wir freuen uns auf die Partnerschaft mit Siemens, die Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern und dem Management.“ Er zeigte sich zuversichtlich, gemeinsam eine nachhaltige Zukunft für das Handy-

geschäft von Siemens zu erreichen, das Geschäft zu verbessern und auszubauen. Die mehr als 6.000 MD-Mitarbeiter konnten so erstmals einen Blick auf ihren neuen Konzernchef werfen. Denn laut Vertrag übernimmt BenQ zum 1. Oktober 2005 mit dem Geschäftsgebiet MD auch die Mitarbeiter, die Entwicklungs- und Produktionsstandorte in Kamp-Lintfort und Manaus (Brasilien) sowie das Marketing, den Vertrieb, das Supply Chain Management und Mitarbeiter aus Zentralfunktionen. Die Auslastung der Kapazitäten des Joint Ventures Siemens

Shanghai Mobile Communications Ltd. (SSMC), China, garantieren die Taiwaner für einen Zeitraum von drei Jahren. Für die Mitarbeiter der Handysparte geht es in eine spannende Zukunft. Und das nicht nur in unternehmerischer, sondern auch in kultureller Hinsicht. Kaum einer aus der Belegschaft ist vermutlich in der Lage, eine taiwanesishe Begrüßung zu formulieren, geschweige denn nach asiatischer Art Verhandlungen zu führen. Diese Mythen sind hier nicht vollständig zu klären (Kleine Hilfestellung auf Seite 32), und sind vielleicht auch nicht von Bedeu-

Kernelemente der Transaktion

- BenQ übernimmt das Handygeschäft von Siemens (also eines von bisher acht Com-Geschäftsgebieten) – einschließlich der Entwicklungs- und Produktionsstandorte in Kamp-Lintfort und Manaus.
- BenQ garantiert eine 3-jährige Auslastung der Fertigung von SSMC China. Übernahme des gesamten Geschäftes, sobald die Zustimmung der Joint Venture Partner vorliegt.
- Siemens gibt MD eine Startinvestition von 350 Millionen Euro.
- Siemens bringt seine Lieferanten- und Kundenbeziehungen in das Geschäft ein.
- Siemens überträgt die notwendigen Patente an das neue Unternehmen.
- Siemens investiert 50 Millionen Euro in BenQ-Aktien, um die Zusammenarbeit bei End-to-End-Lösungen zu unterstützen.

tung. Klar wird: Es besteht dringender Bedarf, BenQ etwas besser kennen zu lernen. Hier der Blick auf den bisher unbekanntesten Spieler aus Fernost.

Siemens weiterhin Anbieter von End-to-End-Lösungen

BenQ ist für Siemens nicht nur Käufer, sondern ein zukünftiger Partner. Gemeinsam mit dem Elektronikkonzern aus Taiwan will Siemens auch weiterhin seinem Anspruch als Komplettlösungsanbieter vom Endgerät bis hin zur Lösung für Netzinfrastruktur gerecht werden. BenQ



Siemens- und BenQ-Manager
in Kamp-Lintfort.



Siemens-Chief Klaus Kleinfeld verkündet auf einer Pressekonferenz am 7. Juni den Verkauf der Handysparte an BenQ.

Chef der neuen Handysparte von BenQ wird MD-Chef Clemens Joos.

BenQ

- Gegründet:** 21. April 1984
- Umsatz:**
- 2003: 2,8 Milliarden Euro
 - 2004: 3,92 Milliarden Euro
- Marktanteile:**
- Mobiltelefone: 2,3%
 - LCD Monitore: 11%
 - Storages: 9,3%
 - Scanner: 24%
 - Projektoren: 14%

CEO: K.Y. Lee

Unternehmenssitz:
Taipeh / Taiwan

Mitarbeiter: 13.865 Mitarbeiter,
über 30 Nationalitäten (4/2005)

Fertigungen: Taiwan, China,
Malaysia, Mexiko

Hauptabsatzmärkte: China,
Amerika, Europa, Asia Pacific/
Afrika/Mittlerer Osten



bringt hierfür die besten Voraussetzungen mit. Ausschließlich im Endgerätegeschäft tätig, treten die Taiwaner bezüglich Telekommunikationsinfrastruktur in keinerlei Konkurrenz zu ihrem neuen Partner. So bezieht Siemens in Zukunft Endgeräte von BenQ, um weiterhin als Anbieter von End-to-End-Lösungen auf dem Markt zu agieren. Die künftige Zusammenarbeit untermauerte Siemens mit 50 Millionen Euro, die in BenQ-Aktien angelegt wurden. Damit hält Siemens nun einen Anteil von 3 Prozent an dem taiwanesischen Elektronikunternehmen.

BenQ plant Strategiewechsel

Verantwortlich für die BenQ-Handysparte, die nach dem Deal mit Siemens nicht mehr 17, sondern 62 Prozent des BenQ-Gesamtgeschäfts ausmacht, ist Siemens-Manager Clemens Joos. Der derzeitige MD-Geschäftsgebietleiter wird Chef des neuen Mobiltelefonbereichs der BenQ-Gruppe – mit Sitz in München. Clemens Joos gehört zu der Sorte von Managern, die sein neuer Chef K.Y. Lee als so genannte „Global Talents“ bezeichnet. Mit ihnen will Lee nun vor allem Europa erobern.

Die Ära als namenloser Auftragsproduzent für Marken wie Thomson oder Nokia soll einem Aufstieg in die Riege der international bekanntesten Edelmärken weichen. Mit dem Kauf der Siemens-Handysparte ist der erste Sprung gemacht. „Wir sind unserem Ziel, zu den größten Anbietern aufzuschließen, ein erhebliches Stück näher gekommen“, so Lee. In der Tat reiht sich BenQ nach dem Deal mit Siemens im Mobilfunksektor mit etwa 9 Prozent Marktanteil an Position 5 ein. Und damit wollen sich die Taiwaner noch lange nicht zufrieden geben. Lee ist über-

zeugt: „Wir haben die Chance, eine Top-Position zu erreichen.“

Die bisherige Entwicklung des 1984 als Acer Peripherals gegründeten Unternehmens, das 2001 in die BenQ Corporation überging, gibt ihm Recht. Im Heimatmarkt Taiwan hat BenQ im vergangenen Jahr Platz 6 im Ranking der zehn größten globalen Marken erobert. Doch auf dem europäischen Handy-Markt war der Newcomer aus Fernost bisher weitgehend unbekannt. Zwar macht der dortige Umsatz ein Drittel des Geschäfts aus, die Marke an sich rangierte, speziell in der Handyspar-

BenQ-Chef K. Y. Lee (Mitte) zu Besuch in der Kamp-Lintforter Handy-Fertigung.



Do's and Don'ts im Umgang mit taiwanesischen Geschäftspartnern

Zu vermeiden ist alles, was zu einem **Gesichtsverlust des taiwanesischen Partners führen könnte** – vermeiden Sie es, Ihr Gegenüber vor anderen zu kritisieren. Beschwerden und Beanstandungen sollten immer höflich, sachlich über Dritte, oder humorvoll eingebracht werden.

Drängen Sie den Verhandlungspartner nicht in die Ecke – bei **ausweglosen Situationen bringt Druck Sie nicht weiter und führt nur zu Unwilligkeit**. Gut Ding braucht Weile: Eine gute Geschäftsbeziehung wächst langsam. **Taiwaner schätzen menschlichen Kontakt über alles.**

Kausarigkeit wird sehr negativ empfunden. Obwohl die Taiwaner beinhardt Geschäftsverhandlungen führen, wird beim Dinner zur Feier des Vertragsabschlusses auf keinen Fall gespart: Eben solche Freigebigkeit erwartet man vom Geschäftspartner.

Für Geschäftsreisende empfiehlt es sich, **eine große Anzahl von Visitenkarten mitzunehmen**. Großer Wert wird auf Pünktlichkeit gelegt. **Bei Terminabsagen sollte man unbedingt ein Entschuldigungsschreiben nachschicken.**

Man sollte sich insgesamt ganz natürlich verhalten: **Geselligkeit kommt gut an**. Steife Umgangsformen und umständliche Floskeln, wie man sie vielleicht aus Japan oder Korea kennt, sind in Taiwan fehl am Platz.

► te, unter ferner liefen. Und das obwohl BenQ eine aggressive Marketingstrategie verfolgt. Bereits bei der Fußball-Europameisterschaft trat der Elektronikkonzern als Sponsor auf, Anzeigen und weitere Aktionen folgten. Denn eines hatte der 52-jährige K.Y. Lee schnell erkannt: Das Geschäft als Auftragsfertiger wird immer härter, denn der Preisdruck von Seiten der Markenunternehmen steigt und die Konkurrenz, beispielsweise aus China, ist in der Lage, noch billiger zu produzieren als die Taiwaner. Deshalb liegt die Zukunft bei der eigenen Marke. Allerdings soll

auch nach dem Erwerb der Siemens-Handysparte die Einführung des BenQ-Logos nur Schritt für Schritt umgesetzt werden. Zunächst wird mit einer Doppelmarke gearbeitet, die erstmals im Februar 2006 beim 3GSM World Congress in Barcelona auf neuen Handys zu sehen sein soll.

Siemens eröffnet BenQ neue Märkte

Das Ziel, die eigene Marke weltweit in den Focus zu rücken, ist für BenQ mit dem Kauf der Siemens-Handysparte bereits erreicht. Allein die vielen Medienberichte haben dafür gesorgt, dass BenQ schlagar-

tig rund um den Globus wahrgenommen wird. Der größte Gewinn für den Elektronikkonzern aus Fernost ist jedoch der sofortige Zugang zu den Märkten Europas und Südamerikas. Siemens bringt den Asiaten die nötige globale Vertriebsstärke sowie eine ausreichend breite Produktpalette, um sich konkurrenzfähig aufzustellen. Zugleich erhält BenQ durch den Deal leichteren Zugang zu den großen Mobilfunkprovidern T-Mobile oder Vodafone. Über diese Vertriebskanäle will der Elektronikmulti aus Taipeh dann den Markt erobern. Und zwar mit trendigen Produkten, die den Puls der Zeit treffen. „Dazu müssen wir neue Techniken auf den Markt bringen und die Kundenwünsche gezielt erfüllen“, so die Strategie von K.Y. Lee. Die dafür notwendigen Kompetenzen im Consumer-Bereich sind vorhanden. Mit herausragenden Designs und konsistentem Marketing hat BenQ in den vergangenen Jahren bemerkenswerte Umsätze erzielt. Dies soll nun auch in Europa gelingen. Geplant ist in diesem Jahr ein Umsatzzuwachs von 50 Prozent. ▶