

Experten:
Russland größter
Automobilmarkt S. 4

FACHZEITUNG FÜR VERARBEITER UND INDUSTRIE

ALUMINIUM KURIER

RUSSLAND - AUSGABE 2008

Fachorgan der Aluminium-Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

alu-NEWS.de

Fenstermesse in Kasachstan bringt vielen den Durchblick

Kasachstan wird wegen seiner reichen Bodenschätze auch als Schatzkammer Zentralasiens bezeichnet. Die Wirtschaft wächst jährlich um 8 bis 10% und das Land investiert in die Infrastruktur. In der Hauptstadt Astana wachsen die Häuser mit modernen Fassaden wie Pilze aus dem Boden. Nach Ansicht von Fachleuten war die Zeit reif für eine Fensterfachmesse. Der erfahrene Messeveranstalter Primus Germany hatte im Februar die erste Fachmesse Primus: Windows, Doors & Profiles in der Hauptstadt Astana veranstaltet. Über 30 Aussteller aus fünf Ländern präsentierten auf 1.500 m² im Sportkomplex Alatau die neuesten Technologien von Fenster- und Fassadenprofilen, Maschinenteknik



Botschafter Schlageter (m.)

und Zubehör. Internationale Unternehmen wie Profine, Schüco, Rehau, Wintech oder GEZE zogen rund 5.000 Besucher an, die trotz stürmischem Wetter die Messe besucht hatten.

Wie in anderen osteuropäischen Märkten sind es auch in Kasachstan vor allem Hersteller aus Mitteleuropa, die mit hochwertigen Produkten im Baubereich Maßstäbe bei Qualität und Technik setzen. Auch das führende russische Handelsunternehmen TBM sowie eine starke türkische Fraktion nutzten die Messe, um die kasachischen Fachbesucher über neue Technologien zu informieren.

Der deutsche Botschafter Rainer Schlageter sicherte bei der Messeeröffnung seine volle Unterstützung beim Aufbau des Landes und dem Ausbau der Messe zu. Primus-Geschäftsführer Dr. Michael Kuschke formulierte es mit den Worten: „In Astana haben wir in diesem Jahr den Grundstein für eine erfolgreiche Fachmesse und den intensiven Austausch von Wissen und Technik gelegt.“ Damit spielte Dr. Kuschke auf die Erfolgsgeschichte der Fachmesse in Kiew an, die im Jahr 2000 ebenfalls mit rund 30 Ausstellern in einer Sporthalle begonnen hatte und sich seitdem zur größten Baumesse in der Ukraine entwickelt hat. Mit nunmehr 385 Ausstellern, ca. 40.000 Besuchern und auf 28.400 m² in drei modernen Messehallen des KiewExpoPlaza gilt die Primus: Windows, Doors & Profiles in der Ukraine als wichtiger Treff der Fenster-, Türen- und Glasbranche im russischsprachigen Raum, der bei der Fläche sogar die Windowbuild/ Mosbuild in Moskau übertrifft. (red)



Gedränge in Astana

Fotos: Primus Germany

Perspektiven im Ost/West-Geschäft

„Russen wollen in erster Linie deutsches Know-how aufkaufen“

Auch für kleinere und mittlere Unternehmen werden neue Produktionsstandorte und Marktpotenziale in Osteuropa mit dem Abbau letzter politischer Restrisiken attraktiv. Nach Ansicht von Gesamtmetall werden zudem die Kostenvorteile in Osteuropa noch auf Jahre ihre Anziehungskraft behalten. Mittlerweile produzieren immer mehr deutsche Unternehmen z.B. in Russland. Allerdings sind Geduld und umfangreiche Marktkennntnisse nach Meinung von Fachleuten unerlässlich. Ist dies erfüllt, kann man auch Korruption, Bürokratie und Zoll in den Griff bekommen. Im Metallbauer-Bereich Fenster und Fassaden haben wir das ift Rosenheim befragt, das seit Jahren in Osteuropa aktiv ist.



ift-Repräsentant Jürgen Benitz-Wildenburg bei der Messeeröffnung in Astana

Herr Benitz-Wildenburg, wie schon zuvor im ukrainischen Kiew hat das ift Rosenheim in diesem Jahr auch die Fachmesse Windows, Doors Profiles in Kasachstans Hauptstadt Astana und im russischen Sochi mit ei-

nem Fachkongress unterstützt. Welche Ziele hatten Sie sich gesetzt?

Jürgen Benitz-Wildenburg: Wir stellen weltweit fest, dass es in den aufstrebenden Märkten große Probleme mit der Qualität gibt. So errichten Bau-

träger in der Ukraine und in Russland in kürzester Zeit Wohnanlagen, um mit dem knappen Wohnraum in Ballungsgebieten einen schnellen Gewinn zu erzielen. Fenster und Fassaden werden billigst reingesetzt und dabei bleibt die Qualität oft auf der Strecke. Mieter und Eigentümer akzeptieren das. Unser Ziel ist es, das Wissen um und die Sensibilität für Qualität zu steigern, weil oftmals der Bewertungsrahmen für Qualität fehlt, den wir von deutschen Planern kennen. Auf den Messen versuchen wir, die Kontakte mit den russischen Fachleuten weiter auszubauen. Immerhin werden pro Jahr viele Millionen Fenstereinheiten benötigt.

Welche Erfahrungen haben Sie auf den drei östlichen Fach-Messen für moderne Fenster-, Türen und Beschlagtechnik gemacht?

Jürgen Benitz-Wildenburg: Generell haben deutsche Produkte in Osteuropa einen hohen Stellenwert. Made in Germany ist nach wie vor ein Begriff für Qualität und Leistung. Daher bestehen sehr gute Chancen für deutsche Firmen, für hiesige Fensterhersteller beispielsweise. Allerdings sollte man auch den kulturellen Unterschied beachten. Russen denken gerne in nationalen Maßstäben, sind stolz auf ihre eigenen Produkte. So müssen sich Beschlag- und Profilverhersteller auf starke innerrussische Konkurrenz gefasst machen.

Wird das ift Rosenheim demnächst auf weiteren Events in Osteuropa aktiv?

Jürgen Benitz-Wildenburg: Nach wie vor sind wir auf den führenden Messen in Osteuropa vertreten, u.a. in der Ukraine, in Russland und in Kasachstan. Dort ist das Interesse an westlicher, speziell deutscher Technologie unverändert hoch. Es gibt jedoch im Osten selbst große Unterschiede. Während die Russen sehr nationalbewusst ihre eigene Kompetenz fördern, ist man in der Ukraine viel offener, dem Westen zugeneigter und nutzt dort die bestehenden Erfahrungen mit deutschen und europäischen Normungen.

Fortsetzung auf Seite 2

Große Vorteile für Unternehmen

Das ift Rosenheim gilt als europaweit führende Prüf-, Überwachungs- und Zertifizierungsstelle und ist nach DIN/EN ISO/IEC 17025 akkreditiert. Umfassende Prüfmöglichkeiten und über 40 Jahre Erfahrung garantieren eine praxisnahe, ganzheitliche und kompetente Prüfung, Bewertung und Gütesicherung

aller Eigenschaften von Fenstern, Fassaden, Türen, Tore, Glas und Baustoffen. Die weltweite Akzeptanz der ift-Nachweise sichert die Anerkennung der Prüfergebnisse in Europa sowie für eine CE-Kennzeichnung – ein großer Vorteil für international tätige Unternehmen. (red)

840 Aussteller aus 41 Nationen ALUMINIUM 2008 steuert Rekordkurs

Die weltweite Nachfrage nach Aluminium und Alu-Produkten ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen, die Produktionszahlen von Primäraluminium und Halbzeugen zeigen deutlich nach oben. Diesen Boom spiegelt die ALUMINIUM 2008 wieder, die als weltgrößte Branchenmesse vom 23. bis 25. September in Essen stattfindet. Viele wichtige Aussteller und ihre Produkte finden Sie in unserem Messe-Spezial auf den Seiten 6 bis 10.

840 Unternehmen aus 41 Nationen zeigen sich in den Essener Messehallen – ein Zuwachs von 19% gegenüber der Vorveranstaltung vor zwei Jahren. Die

ALUMINIUM lässt damit alle bisherigen Rekordmarken bei Ausstellern und Fläche erneut hinter sich. 55.000 Quadratmeter in acht Hallen belegt die Messe in diesem Jahr. In Essen treffen sich Aluminiumhersteller, Aluminiumverarbeiter, Anbieter von Technologien und Ausrüstungen für die Aluminiumproduktion, -weiterverarbeitung und -veredelung. Dabei werden alle internationalen Keyplayer der Branche versammelt sein. Mehr als die Hälfte der Aussteller kommt aus dem Ausland, die Liste zählt in diesem Jahr 41 Nationen. Längst hat sich die Messe mit Hilfe ihres ideellen Trägers, des Gesamtverbandes der Aluminiumindustrie e.V. (GDA), und des europäischen Verbandspartners



Messeimpression: Innenhalten zur Begutachtung

EAA European Aluminium Association zum zentralen Bestandteil der Aluminiumwelt entwickelt.

Größte Gruppe

Auf der ALUMINIUM 2008 werden sich gleichermaßen Technologieanbieter sowie Hersteller und Bearbeiter präsentieren. Anlagenbauer und Ausrüster

stellen mit aktuell 420 Ausstellern die größte Gruppe auf der Messe. 226 Aussteller kommen aus dem Bereich Rohstoffe/Hüttenzeugnisse und Halbzeuge, 215 aus dem Bereich Aluminiumzeugnisse für bestimmte Anwendungsbereiche wie Bauwesen, Design, Transport,

Fortsetzung auf Seite 2

Foto: Reed Exhibitions

Fortsetzung von Seite 1 oben

Wie schätzen Sie die Chancen deutscher Mittelständler in den nunmehr selbständigen ehemaligen GUS-Republiken ein?

Jürgen Benitz-Wildenburg: Die meisten bundesdeutschen Interessenten wissen, dass sie etwas tun müssen, Engagement vor Ort ist wichtig. Ebenso sind professionelle Vertriebspartner unabdingbar. Wie auch das Beherrschen der Landessprache. Bei allen Problemen mit Termintreue, Lieferfähigkeit und dem Zoll; deutsche Mittelständler haben gute Chancen, in Russland Fuß zu fassen. Der Großraum Moskau ist zwar der größte, aber auch der schwierigste, auf dem Land sind die Menschen einfacher und

kooperativer. Mittlerweile gibt es auch sehr gute Angebote der IHK, der Bundesanstalt für Außenwirtschaft (bfai) sowie von den Wirtschaftsministerien der Länder und des Bundes, die mit Informationen und Dienstleistungen, Fördermitteln und Bürgschaften Mittelständler unterstützen.

Wie bewerten Sie die Aussichten bundesdeutscher Metallbauer für den russischen Markt?

Jürgen Benitz-Wildenburg: Wenn ich den Schritt wage und direkt vor Ort agiere, bereit bin, Sprache, Strukturen und Menschen kennen zu lernen und mindestens ein Jahr Anlaufphase kalkuliere, ist die Aussicht auf Aufträge nicht schlecht. Wichtig ist der Aufbau persönlicher Kontakte und Freund-

schaften. Übrigens erweist es sich im Alltag als vorteilhaft, mit Frauen zusammen zu arbeiten, da diese vor allem loyaler und zuverlässiger sind, allerdings nicht immer das wichtige Beziehungs-Netzwerk haben. Es gilt zudem zu beachten, in Russland geht alles gegen Vorkasse, anders als bei uns.

Ist die Rechtssicherheit (u.a. Klärung der Eigentumsfrage bei Grund- und Immobilienprojekten) mittlerweile soweit stabil, dass für mittelständische Unternehmen eigene Produktionsstätten vor Ort in Frage kommen?

Jürgen Benitz-Wildenburg: Ich muss nochmals betonen, ohne Präsenz vor Ort geht gar nichts. Man muss Behörden und Besonderheiten kennen

lernen. Auch frei nach dem Motto: Eine Hand wäscht die andere, wobei nicht jeder Beamte zu beeinflussen ist, da gilt es, Vorsicht walten zu lassen. Es kann überhaupt nur im persönlichen Bereich klappen, wenn man die Leute für die eigenen Produkte begeistern will. Man muss in die richtigen Ansprechpartner investieren.

Sehen Sie umgekehrt, in den osteuropäischen Geschäftsbeziehungen Ansatzpunkte für russische Unternehmen in Deutschland Fuß zu fassen?

Jürgen Benitz-Wildenburg: Wir haben die Beobachtung gemacht, dass Russen Interesse am Kauf deutscher Metallbauunternehmen haben. Ihnen geht es dabei in erster Linie um das Knowhow.

Repräsentant des ift

Jürgen Benitz-Wildenburg leitet den Bereich PR & Kommunikation und ist auch für die internationalen Messen und Kongresse des ift Rosenheim verantwortlich. Mehr Infos unter www.ift-rosenheim.de (red)

Russische Investoren haben wenig Interesse, in Deutschland Geld zu verdienen. Das geht in ihrer Heimat leichter und besser, da hier die Marge deutlich besser ist als in Deutschland.

Herr Benitz-Wildenburg, wir danken für das Gespräch. (bu)



Beeindruckend: Aluminium-Verarbeitung im Automotive-Bereich

Fortsetzung von Seite 1 unten

Elektrotechnik, Maschinenbau und Verpackung sowie 181 Unternehmen aus dem Bereich Oberfläche.

Der deutliche Ausstellerzuwachs von 19% kommt vor allem aus den Bereichen Be- und Verarbeitung, vor allem aus den Segmenten Oberflächenbehandlung und -technik, Aluminiumguss und Gusstechnologie.

Auch die internationale Extrusionsbranche, die sich seit einigen Jahren wieder im Aufwind befindet, ist auf der ALUMINIUM 2008 stärker vertreten. Mit SAPA präsentiert sich die weltgrößte Extrusion Company in Essen, die die Messe auch als Corporate Sponsor unterstützt. Daneben zeigen sich die Branchenriesen aus den USA, Europa und dem Mittleren Osten. Unter den Ausstellern sind neben ALCAN, ALCOA, HYDRO, ALERIS und SMS auch PRESEZZI Extrusion, AMAG, TECALEX, Gartner Extrusion und Gulf Extrusions.

Neue Themenpavillons

Mit Sonderschauen und Themenschwerpunkten hat die ALUMINIUM in den vergangenen Jahren Akzente gesetzt. Dazu gehören die Themenpavillons, die als optimale Präsenzplattformen den einzelnen Branchen und Besuchern als übersichtliche Anlaufstellen dienen. Eine der wichtigsten Neuerungen ist der Primärpavillon, der sich speziell an Lie-

feranten von Technologien und Anlagen zur Aluminiumherzeugung richtet. Mit ihm schließt sich nach dem Oberflächen-, dem Gießerei- und dem Schweißpavillon der Kreis der Gemeinschaftsstände, mit denen die ALUMINIUM alle Bereiche, von der Rohstoffgewinnung über sämtliche Schritte der Verarbeitung bis zur Anwendung, abbildet. Insgesamt haben sich rund 100 Zulieferer für die Primärindustrie zur ALUMINIUM angemeldet, darunter u.a. auch ALMEQ NORWAY AS, ECL SA, HMR, Kanthal und RHI.

Der Oberflächen- wie auch der Gießereipavillon, die vom VOA bzw. GDM unterstützt werden, sind in diesem Jahr doppelt so groß wie 2006. Insgesamt werden 230 Aussteller auf der Messe modernstes Know-how der Gießereien sowie Schmelz, Guss und Wärmebehandlungstechnik zeigen, darunter ALCOA, Wagstaff, HERTWICH, Honsel, Pyrotek, Hoesch, Otto Junker, Druckguss Westfalen und ae light metal casting. Das Ausstellungsspektrum reicht von Sand-, Kokillen- und Druckgießereien über Formen und Zubehör, Legierungen, Gussnachbehandlung, Förder- und Handhabungstechnik bis hin zu Komplettlösungen.

Mit dem Schweißen- und Fügenpavillon bietet die ALUMINIUM 2008 auch dem Thema Technologie und Anlagen für Aluminiumschweißen wieder ein eigenes Forum. Neben SAPA werden sich

u.a. Heinz Soyer Bolzenschweißsysteme, GKSS und Vermotec auf dem Gemeinschaftsstand präsentieren. Weitere Firmen wie ESAB, Oerlikon, EJOT und Linde Gas präsentieren sich individuell auf der Messe. Insgesamt haben sich 25 Aussteller aus dem Bereich Verbindungstechnik angemeldet. Organisiert wird der begleitende Kongress erneut von der Deutschen Gesellschaft für Materialkunde (DGM), die im Kongress Center West der Messe Essen Referenten aus Unternehmen und Forschungseinrichtungen versammelt hat. Die Themen zielen auf die Anwender von Aluminium und beschäftigen sich mit den Themen Aerospace, Shipping, Processing, Automotive, Alloy Development und Production. Der ALUMINIUM Kongress ist Teil der Aluminiumwoche innerhalb des ICAA Kongresses, der – ebenfalls von der DGM – in Aachen veranstaltet wird. Ein Shuttle-Service wird die beiden Kongresse miteinander verbinden.

Das perfekte Messe-Duo

Bereits vor zwei Jahren feierte in Essen – parallel zur ALUMINIUM – die COMPOSITES EUROPE, die internationale Fachmesse für Verbundwerkstoffe, ihre Premiere. Auch in diesem Jahr werden sich beide Messen wieder ergänzen: Zusammen bilden die ALUMINIUM und die COMPOSITES EUROPE mit weit mehr als 1000 Ausstellern die größte Plattform für Leichtbauwerkstoffe in Europa. (red)

IMPRESSUM

ALUMINIUM
KURIER
NEWS

Verlag und Redaktion:
PSE Redaktionsservice GmbH
Kirchplatz 8, D-82538 Geretsried
Postfach 1327, D-82524 Geretsried
Telefon +49 (0)8171/9118-70
Telefax +49 (0)8171/60974
E-Mail: info@alu-news.de
Internet: www.alu-news.de

Organschaft:
Fachorgan der Aluminium-Organisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Aluminium-Zentrale e.V. (Nachfolgeorganisation), Aluminium Initiative Austria (AIA), Aluminium-Verband Schweiz (ALU.CH)

Redaktion:
Stefan Elgäß (verantwortl.), Siegfried Butty, Peter Harnisch, Susan Naumann, Bernd Schulz

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Francesco Cavaliere, Anncahrin Wener

Grafische Gestaltung, Layout und DTP-Herstellung:
Sebastian Herzog

Anzeigen:
ONLINE Telemarketing, Monika Wagner,
Baumburger Leite 7, D-83352 Altenmarkt,
E-Mail: wagner@alu-news.de

Abonnementbetreuung:
PSE Redaktionsservice GmbH,
Tel.: +49 (0) 8171/9118-88

Erscheinungsweise:
jeweils in den Monaten Januar, März, Mai, Juli, September, November als Print-Ausgabe, in den übrigen Monaten als E-Mail-Letter (Probenanforderung unter: www.alu-news.de)

Abonnementgebühren sind im Voraus zu begleichen. Kündigungen sind jederzeit schriftlich möglich. Die Belieferung erfolgt auf Gefahr des Bestellers. Ersatzlieferungen sind nur möglich, wenn sofort nach Erscheinen reklamiert wird.

Druck:
Pressehaus Stuttgart Druck GmbH,
Pfeninger Straße 105, 70567 Stuttgart

Diese Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung bedarf der Zustimmung der Redaktion.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Wolftratshausen

13. Jahrgang ALUMINIUM KURIER NEWS

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 13 vom 1. Dezember 2007

Postvertriebsnummer B 42212