

# Digitale Geschäftsanbahnung Indonesien

für deutsche Unternehmen in den Bereichen Aus- und Weiterbildung sowie technische Lernausstattungen im Zeitraum 22.-25. November 2021



## Informationen und Anmeldung

### Zeitraum und Projektpartner

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) organisiert die Deutsch-Indonesische Industrie- und Handelskammer (AHK Indonesien) vom 22.-25. November 2021 in Zusammenarbeit mit der econAN international GmbH eine digitale Geschäftsanbahnung nach Indonesien zum Thema „Aus- und Weiterbildung“. Die aktuelle Situation und die Auswirkungen der globalen Corona-Krise lassen eine physische Durchführung vor Ort nicht zu.

Es handelt sich dabei um eine projektbezogene Fördermaßnahme im Rahmen des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU. Zielgruppe sind vorwiegend kleine und mittelständische deutsche Unternehmen (KMU). Institutionell unterstützt wird das Projekt von iMOVE, eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung

und Forschung (BMBF), sowie dem Didacta Verband e.V., Verband der Bildungswirtschaft.



Durchführer

## Hintergrund

Zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der verarbeitenden Industrie und zur Schaffung von Arbeitsplätzen wurde die Roadmap „Making Indonesia 4.0“ vorgestellt. Mit diesem Thema präsentierte sich Indonesien als Partnerland bei der diesjährigen digital durchgeführten Hannover Messe. Schwerpunktsektoren der Initiative sind: Getränke- und Nahrungsmittelindustrie, Automobil-, Textil- und Elektronikindustrie sowie die Chemische Industrie.

Firmenintern muss die Industrie ihre Mitarbeiter auf die neuen Herausforderungen vorbereiten. Ein wichtiges Querschnittsthema, das weite Bereiche der indonesischen Wirtschaft betrifft, ist die Digitalisierung. Durch die Coronapandemie wurde der Trend hin zu mehr digitalen Lernmethoden und Arbeitsprozessen deutlich verstärkt.

Nach einer in 2020 veröffentlichten Studie von Bain & Company, Google und Temasek wird erwartet, dass die indonesische Digitalwirtschaft bis 2025 auf USD 130 Mrd. anwachsen wird. Bereits heute ist Indonesien der größte E-Commerce-Markt in Südostasien. Die Pandemie hat dem Sektor zusätzlichen Schub gegeben. Davon profitieren insbesondere Anbieter digitaler Zahlungsdienste sowie die Logistikbranche. Gleichzeitig stehen Paketdienstleister vor der Herausforderung mit der steigenden Zahl von Aufträgen mithalten zu können. Indonesien besteht aus 17.000 Inseln. Lieferketten müssen effizienter gestaltet werden; Schlüssel dazu: Digitalisierung. Industrie 4.0 ist mit dem Thema eng verknüpft. Jedoch werden alle Bestrebungen gebremst, wenn nicht auch das notwendige Humankapital geschaffen wird. Mehr digitale Anwendungen in der Industrie bedeuten neue Fertigungsmethoden und unter Umständen auch neue Produkte.

## Bedarf an betrieblicher Weiterbildung

Die dafür notwendigen Humanressourcen müssen aufgebaut werden. Unternehmenseigene Ausbildungszentren, aber auch Schulen und Universitäten müssen (und werden) sich anpassen. Insbesondere für Anbieter technischer Trainings ist die verarbeitende Industrie (insbesondere in den oben genannten Schwerpunktsektoren) die Hauptzielgruppe. Dort sind entsprechende Budgets grundsätzlich vorhanden und Trainings können durchaus in englischer Sprache durchgeführt werden. Insbesondere im Hinblick auf die begonnene Digitalisierung erscheinen auch die Sektoren Logistik und Finanzen interessant. Neben technischen Trainings besteht auch ein interessanter Markt für Management-Trainings. Aus deutscher Sicht vorteilhaft ist, dass im Managementbereich Trainings in englischer Sprache einfacher zu vermarkten sind.

## Zielgruppen für Lernausstattungen

Auf der Bildungsseite gehören die Anpassung von Lehrplänen sowie die Schaffung von Anreizen für mehr Forschung und Entwicklung zu den Zielen der Initiative „Making Indonesia 4.0“. Die digitale Infrastruktur im ganzen Land wird sukzessive ausgebaut. Damit soll sichergestellt werden, dass landesweit ein digitaler Zugang zu Bildungsressourcen möglich ist.

Für Anbieter von Lernausstattungen sind neben industriellen Ausbildungszentren vor allem private und öffentliche Schulen und Universitäten interessant. Insbesondere digitale Lerngeräte werden an Bedeutung gewinnen. Der Zugang zu Aufträgen kann durch Ausschreibungen verschiedener Institutionen erfolgen.

Die wichtigsten Zielgruppen sind sowohl staatliche Stellen als auch private Bildungsanbieter. Indonesien ist stark dezentral organisiert. Staatliche Schulen werden sowohl von der Zentralregierung als auch von Provinzregierungen betrieben. Budgets sind daher nicht zwangsläufig zentralisiert wodurch mehrere Anknüpfungspunkte bestehen. Auch private Betreiber sind eine interessante Zielgruppe. Mit Ausnahme der Grundschulen werden lokale Schulen (Mittel- und Oberstufe sowie Berufsschulen) mehrheitlich von privaten Anbietern betrieben.

Ebenfalls interessant sind Universitäten. In den Laboren der wichtigsten Universitäten sind Maschinen und elektronische Geräte deutscher Hersteller keine Seltenheit. Technologie aus Deutschland genießt einen sehr guten Ruf.

Der Kontakt zu großen Industriebetrieben ist ebenfalls interessant, da diese mitunter eigene Ausbildungszentren betreiben. Moderne Ausrüstung wird auch dort benötigt. Diese Einrichtungen dienen der Aus- und Weiterbildung der eigenen Belegschaft und müssen den Anforderungen der jeweiligen Unternehmen entsprechen.

Beschaffungen staatlicher Bildungseinrichtungen erfolgen auch über den e-katalog, eine Beschaffungsplattform der öffentlichen Hand. Dort registrierte Produkte können direkt bestellt werden. Die Registrierung von Produkten kann allerdings nur von lokal ansässigen Unternehmen vorgenommen werden. Daher ist die Identifizierung eines lokalen Geschäftspartners wichtig. Dieser Aspekt steht im Fokus der Geschäftsanbahnung.

## Wer sollte teilnehmen

Das Programm richtet sich insbesondere an KMU, Selbstständige der gewerblichen Wirtschaft sowie fachbezogene Freie Berufe und wirtschaftsnahe Dienstleistungsunternehmen mit Geschäftsbetrieb in Deutschland mit entsprechendem Branchenschwerpunkt. Bei der Vergabe der Teilnehmerplätze wird daher kleinen und mittleren Unternehmen Vorrang gegenüber Großunternehmen eingeräumt.

## Ziele der digitalen Geschäftsanbahnung

Im Vordergrund stehen die Vorstellung der Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft in den relevanten Dienstleistungs- und Produktbereichen sowie die Initiierung von konkreten Geschäftskontakten im Zielmarkt für die teilnehmenden deutschen Unternehmen. Zentrales Element der Maßnahme sind die individuell vorbereiteten Kontaktgespräche der deutschen Unternehmen für eine gezielte Geschäftsanbahnung zu potenziellen Geschäftspartnern des Ziellandes.

## Ihre Vorteile einer Teilnahme

- Betreuung durch die erfahrenen Teams der AHK Indonesien und econAN international
- Zugang zum lokalen Netzwerk der AHK Indonesien, die als offizielle Repräsentanz der deutschen Wirtschaft im Zielmarkt seit vielen Jahren aktiv ist
- Bereitstellung einer marktspezifischen Zielmarktanalyse und unternehmensspezifischen Informationen
- Möglichkeit zur Vorstellung Ihrer Produkte und Dienstleistungen im Rahmen der digitalen Präsentationveranstaltung
- Von der AHK individuell organisierte und moderierte B2B-Gespräche mit indonesischen Unternehmen sowie gemeinsame Abstimmung nächster Schritte im Anschluss
- Technische Einführung zu allen verwendeten Software-Applikationen im Vorfeld der digitalen Geschäftsanbahnung.

## Eigenbeitrag der Teilnehmer/-innen

Das Projekt ist Bestandteil des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU und unterliegt den De-Minimis-Regelungen. Der Eigenanteil der Unternehmen für die Teilnahme an dem rein digitalen Projekt ist aktuell um die Hälfte reduziert. Er beträgt in Abhängigkeit von der Größe des Unternehmens:

- 250 EUR (netto) für Teilnehmer mit weniger als 2 Mio. EUR Jahresumsatz und weniger als 10 Mitarbeitern
- 375 EUR (netto) für Teilnehmer mit weniger als 50 Mio. EUR Jahresumsatz und weniger als 500 Mitarbeitern
- 500 EUR (netto) für Teilnehmer ab 50 Mio. EUR Jahresumsatz oder ab 500 Mitarbeitern

## Hinweis

Zu beachten ist, dass bei der digitalen Umsetzung alle Termine und Veranstaltungen am deutschen Vormittag stattfinden. Hintergrund ist die Zeitverschiebung von sechs Stunden (bei Winterzeit) zwischen Deutschland und Indonesien.

## Anmeldung und Kontakt

Hat die Geschäftsanbahnung Ihr Interesse geweckt? Dann melden Sie sich bei uns. **Anmeldeschluss ist der 30. Juli 2021**

### **Ansprechpartnerin in Deutschland: Sabrina Lopp**

econAN international GmbH

Tel.: +49 (0)40 75365172

E-Mail: [s.lope@econAN.com](mailto:s.lope@econAN.com)

### **Ansprechpartner in Indonesien: Stephan Blocks**

AHK Indonesien

Tel.: +62 (0) 21 50985800

E-Mail: [stephan.blocks@ekonid.id](mailto:stephan.blocks@ekonid.id)

Eine Übersicht zu weiteren Projekten des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU kann unter [www.ixpos.de/markterschliessung](http://www.ixpos.de/markterschliessung) abgerufen werden“

## Vorläufiges Programm der Geschäftsanbahnung Indonesien

In der Vorwoche	<b>Erstes Kennenlernen sowie technisches Briefing und Informationen zum weiterem Ablauf des Wochenprogramms</b> Vorstellungsrunde der teilnehmenden Personen und Unternehmen Technischer Probelauf mit der Software, die für die Präsentationsveranstaltung verwendet wird
Montag, 22.11.2021 08:00 – 11:00 Uhr	<b>Begrüßung und digitales Briefing zu Indonesien</b> Begrüßung der Delegation Vorstellung des Markterschließungsprogramms ggf. durch das BMWi/Geschäftsstelle Briefing zur wirtschaftlichen und politischen Situation in Indonesien durch AHK Indonesien, Deutsche Botschaft Jakarta sowie Germany Trade & Invest (GTAI)
Dienstag, 23.11.2021 08:00 – 11:30 Uhr	<b>Digitale Präsentationsveranstaltung "Training expertise and learning equipment made in Germany"</b> Darstellung der Leistungsfähigkeit der deutschen Branche mit Beiträgen von: AHK, Deutsche Botschaft, BMWi (Eröffnung) Institutionelle Partner (iMOVE, Didacta e.V.) Deutsche Delegationsteilnehmer/-innen (Möglichkeit zur Präsentation von deutschem Know-How und Best-Practise-Beispielen)
Mittwoch, 24.11.2021 08:00 – 11:00 Uhr	<b>Digitale Einzelgespräche</b> mit potenziellen indonesischen Vertriebspartnern und Kunden, organisiert und moderiert von Mitarbeiter/innen der AHK
Donnerstag 08:00 – 11:00 Uhr	<b>Digitale Einzelgespräche</b> mit potenziellen indonesischen Vertriebspartnern und Kunden, organisiert und moderiert von Mitarbeiter/innen der AHK
Freitag, 26.11.2021 08:00 – 11:00 Uhr	<b>Individuelle Abschlussgespräche</b> mit Vertretern der AHK Indonesien sowie econAN international / bei Bedarf weitere digitale Einzelgespräche mit potenziellen indonesischen Vertriebspartnern und Kunden
Montag, 29.11. – Donnerstag, 02.12.2021 08.00 – 11.00 Uhr	<b>Individuelle Evaluierungsgespräche</b> mit jedem teilnehmenden Unternehmen (45-60 min. pro Unternehmen)
Freitag, 03.12.2021 09.00 – 10.30 Uhr	<b>Abschlussgespräch in der Gruppe und Diskussion zu möglichen nächsten Schritten, um die Markterschließung voranzubringen.</b>

\*alle Zeitangaben entsprechen der in Deutschland gültigen Zeit

## Fach- und Kooperationspartner



TRAINING – MADE IN GERMANY

## Impressum

### Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)

Öffentlichkeitsarbeit

11019 Berlin

[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

### Text und Redaktion

AHK Indonesien

### Gestaltung und Produktion

AHK Indonesien

### Stand

06.07.2020

### Bildnachweis

Fotos: pixabay.com