

Ausfuhr der Bundesrepublik Deutschland nach Malaysia (in Mio.EUR)				
Warenbenennung	2007	2008	Veränderung *)	Anteil 2008 *)
Insgesamt	4.171,3	3.949,6	-5,3	100,0
Nahrungsmittel	30,4	21,8	-28,4	0,6
Chemikalien	46,1	49,6	7,6	1,3
Arzneimittel	39,6	47,6	20,3	1,2
Kunststoffe	65,9	60,1	-8,8	1,5
Chemische Erzeugnisse	290,6	333,6	14,8	8,4
Papier, Pappe	43,1	58,7	36,2	1,5
Textilien und Bekleidung	12,9	14,9	15,7	0,4
Eisen und Stahl	66,7	139,7	109,5	3,5
NE-Metalle	66,1	54,9	-16,9	1,4
Metallwaren	50,8	50,1	-1,3	1,3
Maschinen	582,6	653,7	12,2	16,5
Elektronik	2.183,2	1.738,4	-20,4	44,0
Elektrotechnik	201,3	209,5	4,1	5,3
Kfz und -Teile	177,3	192,9	8,8	4,9
Mess- und Regeltechnik	137,0	189,9	38,7	4,8
Optik	15,5	16,0	3,7	0,4

*) Veränderung und Anteil in %

Quellen: DeStatis; Berechnung von Germany Trade & Invest

wichtigsten Bezugsland malaysischer Waren heran.

In der Reihenfolge der größten Importeure vollzieht sich seit 2000 eine Verschiebung. Die ehemals mit Abstand wichtigsten Lieferländer USA und Japan haben an Bedeutung eingebüßt. Die Anteile Singapurs und der EU an den Gesamteinfuhren blieben relativ konstant, während die VR China als Handelspartner stark zulegen konnte. 2008 errang China die Position als wichtigster Warenlieferant. Japan, die USA und Europa folgen mit geringem Abstand. Die Einfuhren aus Singapur, dem drittgrößten Warenlieferanten, machen zu einem großen Teil Reexporte aus, die ihren Ursprung in anderen Ländern haben. ▼

Besuchen Sie www.gtai.com

Welchen Einfluss hat die Krise auf Shopping-Center in Malaysia?

Autor: Alexander Knuppertz



Lot 10 Shopping Centre

Die aktuelle Finanzkrise hat Investment-Aktivitäten an den weltweiten Immobilienmärkten stark verringert. Davon ist auch Asien nicht verschont geblieben. Laut Real Capital Analytics ist das Immobilien-Transaktionsvolumen in Südostasien im vergangenen Jahr um 38 Prozent eingebrochen. In Kuala Lumpur hingegen stieg das Transaktionsvolumen um 35 Prozent.

Dieses Jahr wird sich aber auch Malaysias Transaktionsmarkt der weltweiten Finanzkrise nicht entziehen können. Im ersten Quartal 2009 ging das Investmentvolumen bereits auf 113 Millionen Ringgit (23,6 Millionen Euro) zurück. Im Abschlussquartal 2008 hatte es noch bei 466 Millionen Ringgit (97,1 Millionen Euro) gelegen. In erster Linie wird der Büroimmobilienmarkt betroffen sein. Auf den Markt für Einzelhandelsimmobilien wird sich die Krise weniger auswirken.

Dass Malaysias Einzelhandelsmarkt weiterhin interessant für Investoren ist, zeigen zwei Transaktionen. So hat die Frankfurter Kapitalanlagegesellschaft SEB für ihren offenen Immobilienfonds SEB Immoportfolio Target Return Fund das Einkaufszentrum-Projekt CITTA in Kuala Lumpur erworben. Im Februar hat zudem der japanische Warenhausbetreiber Aeon für 107 Millionen Ringgit (22,3 Millionen Euro) ein Grundstück gekauft, auf dem ein Einkaufszentrum in Bandar Sri Permaisuri in Kuala Lumpur entstehen soll. Dies unterstreicht die Attraktivität des malaysischen Einzelhandelsegments.



The Curve

Bereits 1998 haben ausländische Investoren das Potenzial des malaysischen Shopping-Center-Marktes erkannt. Der niederländische Shopping-Center-Spezialist Rodamco beteiligte sich mit 30 Prozent an der Suria KLCC in Kuala Lumpur. Das Einkaufszentrum befindet sich in den Petronas Twin Towers, den damals höchsten Zwillingstürmen der Welt. Weitere zehn Prozent hält die australische Westfield Gruppe, die weltweit in über 120 Shopping-Center-Projekte investiert hat. 2004 kaufte der Immobilienarm der ING Gruppe für rund 180 Millionen Euro die Beteiligung von Rodamco. 2006 wurde ein komplettes Shopping-Center an einen ausländischen Investor verkauft. Pacific Star aus Singapur erwarb für den Fonds Asia Real Estate Income Fund das Einkaufszentrum Pavilion KL in 1A-Lage im Herzen von Kuala Lumpur. An dem Fonds sind Investoren aus Asien, dem Nahen Osten und Europa beteiligt.

Trotz Finanzkrise bleibt der Shopping-Center-Markt in Kuala Lumpur und Umgebung für Investoren interessant. Die Gefahr eines Überangebotes an marktfähigen Einzelhandelsflächen wird ausbleiben. Statt der bisher erwarteten 315.000 Quadratmeter werden bis 2010 nur rund 158.000 Quadratmeter auf den Markt drängen. Einige geplante Projekte werden vorerst nicht realisiert. Derzeit umfasst die Einzelhandelsfläche im Klang Valley rund vier Millionen Quadratmeter. Laut einer Studie von Regroup Associates ist die Vermietungsquote in den 13 größten Shopping-Centern in Kuala Lumpur weiterhin stabil.

Neue Center, deren Fertigstellung in den beiden nächsten Jahren ansteht, werden bei der Neuvermietung aufgrund der Konjunkturertrübung Probleme haben. Die Einzelhändler hatten 2008 einen Umsatzrückgang von rund fünf bis zehn Prozent und auch dieses Jahr werden die Umsätze um bis zu zehn Prozent nachgeben. Expansionspläne werden daher eher zurückgestellt. Investoren sollten nun Shopping-Center-Projekte planen, die ab 2012 fertiggestellt werden. Dann wird der

Wirtschaftszyklus wieder nach oben zeigen und die Einzelhändler die zurückgestellten Expansionspläne wieder aus der Schublade holen. Die bestehenden Shopping-Center werden die konjunkturelle Schwächephase sicherlich ohne weitere Probleme überstehen. Für Malaysia gehört der Besuch eines Shopping-Centers zum täglichen Leben, daran kann auch eine Wirtschaftskrise nichts ändern.

Das Interesse am malaysischen Shopping-Center-Segment ist nicht nur auf positive Bedingungen am Einzelhandelsmarkt zurückzuführen, sondern auch auf die generell guten Rahmenbedingungen für Investoren, die sich im Vergleich mit anderen südostasiatischen Ländern durchaus sehen lassen können. Das Bruttoinlandsprodukt konnte seit 2002 jährlich um deutlich über fünf Prozent gesteigert werden und die Inflation lag von 2000 bis 2007 immer moderat zwischen zwei und vier Prozent. Erst 2008 stieg sie im Zuge des weltweiten Preisanstiegs auf rund sechs Prozent an. In den vergangenen Jahrzehnten ist nicht nur die Bevölkerung stark gewachsen, sondern auch das Pro-Kopf-Einkommen. Ein Ende dieses Trends ist bislang nicht absehbar.

In den vergangenen Dekaden sind in Malaysia Shopping-Center wie Pilze aus dem Boden geschossen. Diese Entwicklung hat durch die Asienkrise Ende der 1990er Jahre nur einen kleinen Dämpfer erfahren. Auch klimatisch stimmen in Malaysia die Bedingungen für ein starkes Shopping-Center-Wachstum: Das tropische Klima mit einer kontinuierlichen Temperatur von rund 33 Grad Celsius und der hohen Luftfeuchtigkeit erfordert klimatisierte Räume für eine angenehme Shopping-Atmosphäre. Einkaufen in Fußgängerzonen, wie wir es in Europa gewohnt sind, ist bei solchen klimatischen Bedingungen eher eine Qual. In Nordamerika, wo weltweit die ersten Shopping-Center entstanden sind, hat der Klima-Effekt ebenfalls maßgeblich zum Siegeszug dieser Betriebsform im Einzelhandel beigetragen. In Malaysia gab es 2005 nach Angaben der Organisation „Malaysian Association for Shopping and Highrise Complex Management“ ungefähr 200 Shopping-Center. Allein in Kuala Lumpur ist die Zahl der Einkaufszentren seit 1973 auf über 60 angestiegen. Der Verband geht davon aus, dass die Zahl der Shopping-Center in Malaysia bis 2010 um weitere 30 Prozent wachsen wird.

Investoren, die am malaysischen Shopping-Center-Markt aktiv werden möchten, müssen den Standort für das Projekt intensiv prüfen. Bei der Standortsuche sollte sich der Investor in Malaysia auch zum Feng Shui des ausgewählten Grundstücks beraten lassen. In Malaysia wird die Geschäftswelt noch zum größten Teil von den malaysischen Chinesen dominiert. Auch jüngere chinesische Geschäftsleute sind häufig stark in chinesischen Traditionen



The Mines Shopping Fair

verwurzelt. Aspekte wie Feng Shui spielen für sie auch im Geschäftsleben eine wichtige Rolle.

Neben einem geeigneten Standort sind die bauliche Beschaffenheit und das Konzept des Shopping-Centers entscheidend. Aufgrund der hohen Autodichte sind großzügig angelegte Parkplatzflächen wichtig. Im Jahr 2002 kamen auf 1.000 Hauptstadt-Bürger 995 registrierte Autos. Shopping-Center werden in Malaysia in der Regel von jungen Leuten und Familien besucht. Daher sind Entertainment-Angebote wie Kinos und Bowlingbahnen wichtige Publikumsmagnete.

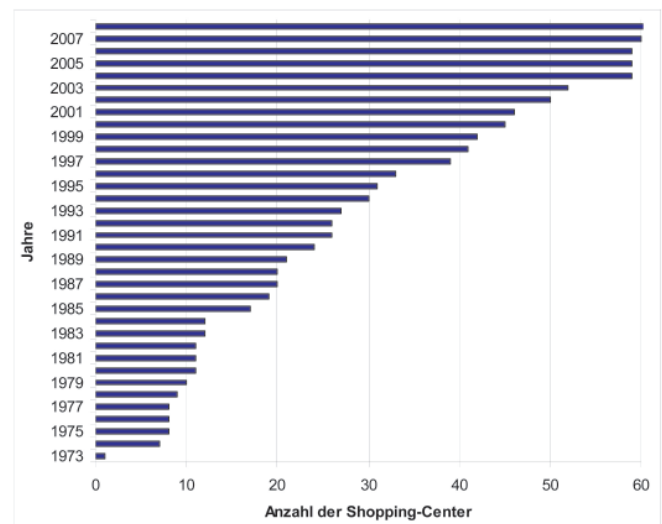
Fazit

Die Rahmenbedingungen für Investitionen in malaysische Shopping-Center sind besser als in vielen anderen südostasiatischen Ländern. Ausländische Investoren wie

SEB, Pacific Star, Rodamco und Westfield haben das bereits erkannt, andere werden sicherlich bald folgen. Dabei sollten sie in der aktuell wirtschaftlich schweren Zeit Projekte planen, die pünktlich zum Wirtschaftsaufschwung auf den Markt kommen. Damit ist ab 2012 zu rechnen.

[Alexander Knuppertz promovierte an der Humboldt-Universität zu Berlin zum Thema „Shopping Centres in Kuala Lumpur: Internationalised Structural Change of the Malaysian Retail Market“. Im Jahr 2003 hat er ein Praktikum in der Marketingabteilung der AHK Malaysia (MGCC) abgeschlossen. Herr Knuppertz ist über alexander@knuppertz.org oder www.alexander-knuppertz.de zu erreichen.]

Rasanter Anstieg der Shopping-Center-Anzahl in Kuala Lumpur seit 1973



German Plastics and Rubber Machinery: Order Levels Set to Stabilise from Autumn 2009

The German Engineering Federation VDMA reported in June this year that the last few years have been extremely successful for German plastics and rubber machinery manufacturers, with highly satisfactory rates of growth being recorded. This culminated in 2008 with the highest production value ever. 'Total output for core machinery manufacturing rose to 5.6 billion euros,' said Jan-Udo Kreyenborg, Chairman of the Plastics and Rubber Machinery Association within VDMA. 'Globally, German manufacturers were able to increase their share of the world

production volume slightly to 25.4 per cent.'

Exports of German plastics and rubber machinery were also up sharply over the past few years, recording a new high in 2008 on the back of a 4.6 per cent increase. At the same time, world trade in plastics and rubber machinery weakened slightly for the first time in many years; Germany's share rose again as a result, reaching 26.6 per cent.

After these boom years, the industry braced itself for an economic downturn which was exacerbated by

the onset of the global financial crisis in October 2008. The final quarter of the year saw incoming orders plummet, and this continued unabated in the first few months of 2009. 'Up to and including April 2009, orders for German plastics and rubber machinery were 48 per cent down on the previous year and sales were 30 per cent lower,' said Kreyenborg. 'Based on these figures and taking all other available information into account, the Association expects sales to be down by around 40 per cent - give or take a little.' ▼

Source: VDMA (visit www.vdma.org)