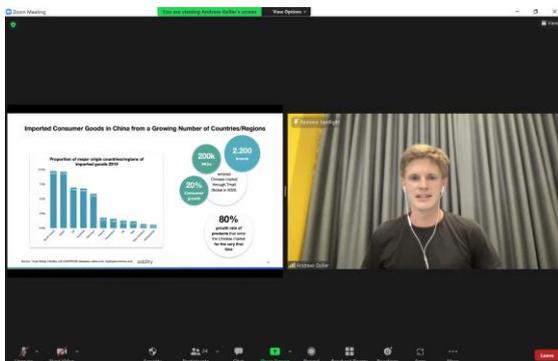




Ergebnisbericht Digitale Geschäftsanbahnung China Baby-, Kinderprodukte und Mothercare

Vom 07.09.2021 bis zum 10.09.2021 führte die Auslandshandelskammer (AHK) Hongkong in Kooperation mit der AHK Guangzhou, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi), eine digitale Geschäftsanbahnung nach China durch. Es handelte sich dabei um eine projektbezogene Fördermaßnahme im Rahmen des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU. Die Reise richtete sich an deutsche Unternehmen aus dem Bereich Baby- & Mothercare. Ziel des Projektes war es, den Teilnehmern den Einstieg in den chinesischen Markt zu erleichtern und ihnen bei den ersten Schritten unterstützend zur Seite zu stehen. Im Vordergrund stand der Kontaktaufbau zu möglichen Importeuren, Distributoren, Groß- und Einzelhändlern, E-Commerce Plattformen und weiteren potenziellen Kooperationspartnern in Hongkong und Guangzhou sowie das Aufbauen von Netzwerken.

Zur Vorbereitung auf die Reise wurde den deutschen Teilnehmern eine Zielmarktanalyse mit umfangreichen Informationen zum Hongkonger und Guangzhouer Markt für Baby-, Kinder und Mothercare-Produkte sowie der chinesischen Geschäftskultur zur Verfügung gestellt. Zudem wurde den deutschen Teilnehmern am 02.09.2021 in Rahmen eines online Briefings marktspezifische Informationen zu Hongkong und China vorgestellt. Begrüßt wurden die deutschen Teilnehmer von Wolfgang Ehmann, dem Delegierten der Deutschen Wirtschaft in Hongkong und Martin Klose, dem Delegierten der Deutschen Wirtschaft in Kanton (Guangzhou). Danach stellten sich die deutschen Teilnehmer einander vor, um später potenzielle Synergien untereinander zu eruieren. Der stellvertretende Generalkonsul David Schmidt informierte die Delegation über die aktuelle politische Lage der Sonderverwaltungsregion Hongkong, die nach dem Prinzip ‚*One Country, Two Systems*‘ verwaltet wird. Wolfgang Ehmann stellte im Anschluss den Wirtschaftsstandort Hongkong und *Greater Bay Area* vor und Felicia He, Managerin bei der *Germany Trade and Invest*, präsentierte den chinesischen Markt für Babyprodukte und Spielzeug sowie aktuelle Trends und Entwicklungen. Karin Siegler, eine über 20 Jahre registrierte deutsche Hebamme, die unter anderem 7 Jahre in Hongkong tätig war, vermittelte den Teilnehmern kulturelles Wissen bezüglich der Mutter- und Elternschaft in Hongkong, mit Fokus auf den Unterschieden zwischen Ost und West. Zum Abschluss führte Andreas Goller, Senior Business Development Manager bei *oddy Asia*, die Teilnehmer in die Besonderheiten des E-Commerce Marktes in Festlandchina ein.



China E-Commerce Briefing

Neben individuellen Gesprächsterminen mit chinesischen Unternehmen fand am 07.09.2021 eine digitale Präsentationsveranstaltung in Hongkong statt. Die Veranstaltung beinhaltete zwei Formate, ein Seminar und ein *Pitching Event*, vor einem geladenen Fachpublikum von Vertretern lokaler Unternehmen. Die deutschen Unternehmen hielten Kurzpräsentationen über ihre Produkte und konnten sich mit interessierten Unternehmen im *Zoom*-Chat sowie in der Fragen- und Antwort-Runde austauschen. Teilgenommen haben neun deutsche Unternehmen, u.a. aus den Bereichen Spielwaren,

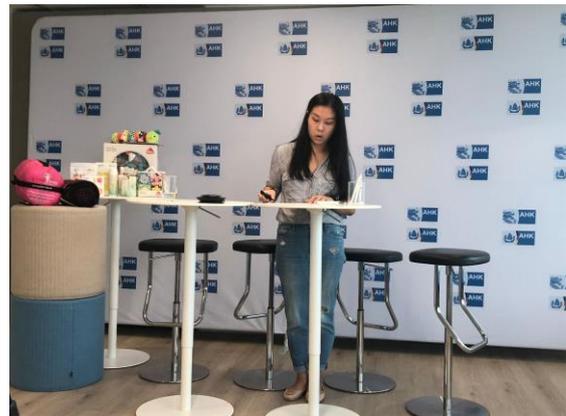


Mutter- und Elternschaft in Hong Kong

Durchführer:



Kosmetik sowie Babynahrung und Babyausstattung. Das Seminar umfasste eine Podiumsdiskussion mit drei Experten der Baby-, Kinder und Mothercare-Branche in Hongkong. Moderiert von Karen Ka Yu Choi, Senior Manager Business Services der AHK Hongkong, diskutierten Vicky Huffey, Managing Director der *Sassy Mama Media Group*, Sofie Jacobs, Gründerin von *Urban Hatch* und Victoria Chuard, Gründerin von *Petit Tippi*, die aktuellen Entwicklungen der lokalen Produktpräferenzen und dem Einkaufsverhalten (werdender) Eltern sowie effektive Marketingstrategien in Hongkong. Felicia He stellte die aktuellen Trends des deutschen Marktes für Babyprodukte und Spielzeug vor, sodass die lokalen Teilnehmer ein Bild über die Profitabilität der Branche in Deutschland informiert wurden.



Podiumsdiskussion der Präsentationsveranstaltung

Die letzten drei Programmtage vom 08.09.2021 bis zum 10.09.2021 dienten den individuellen Gesprächsterminen für die deutschen Teilnehmer. Gesprächspartner in Hongkong hatten zuvor die Möglichkeit, die Produkte ausgestellt im Büro der AHK Hongkong zu besichtigen und auszuprobieren. Die individuellen Gespräche fanden über Zoom statt und die deutschen Teilnehmer wurden für die halbtägigen Veranstaltungen individuellen Breakout Rooms zugeordnet, in welche die jeweiligen potenziellen Geschäftspartner für die einzelnen Gespräche transferiert wurden. Die Delegation konnte sich durch dieses Format im privaten Rahmen mit den lokalen Unternehmen austauschen und Folgetermine vereinbaren.

Die Geschäftsanhahnungsreise war insgesamt erfolgreich und bot viele Ansatzpunkte für Kooperationen und Geschäftsentwicklungen. Die Teilnehmer erhielten im Zuge der Geschäftsanhahnung viele Informationen und Eindrücke für die weitere Marktbearbeitung in Hongkong und Guangzhou und sie konnten wichtige Kontakte zu möglichen Geschäftspartnern und Abnehmern knüpfen. Überdies wurde das Zusammentreffen mit den lokalen Experten geschätzt, da so ein direkter Einblick in das Konsumverhalten möglich war. Ein großer Mehrwert der Delegationsreise war, dass die Teilnehmer von lokalen Akteuren die marktspezifischen Unterschiede zwischen Hongkong und Guangzhou erfahren und lokale Vertriebskanäle kennenlernen konnten, um somit besser in die beiden Märkte einzutreten bzw. diese erfolgreich zu erschließen.

Die [Projektübersicht](#) für das Jahr 2021 steht zum Download bereit. Aktuelles rund um das Markterschließungsprogramm kann unter [Termine und Veranstaltungen des Markterschließungsprogramms](#) recherchiert werden.

Kontakt

Karen Ka Yu Choi
Senior Manager, Business Services
19/F, COFCO Tower, 262 Gloucester Road,
Causeway Bay, Hong Kong

Tel.: +852 2532 1283

E-Mail: choi.kayu@hongkong.ahk.de

www.hongkong.ahk.de

Bildnachweis: AHK Hongkong