

Basisinformation Bekleidungsindustrie

Exportmarkt Saudi Arabien



Düsseldorf, Juni 2008



Netzwerk Bekleidung und Mode NRW

gefördert durch

Ministerium für Wirtschaft,
Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen





Vorwort

Diese Studie wurde innerhalb des Projektes Netzwerk Bekleidung und Mode NRW erstellt. Sie soll interessierten Firmen die Möglichkeit eröffnen, auf Grund dieser Basisinformationen ein Gefühl zu entwickeln, ob Saudi Arabien als Exportland für ihre Firma interessant ist. Sie ersetzt aber keine vertiefende Analyse, die für eine profunde Exportstrategie eine unbedingte Voraussetzung ist.

Netzwerk Bekleidung und Mode NRW
Am Falder 4
40589 Düsseldorf
Tel.: 0211-3023730
Fax: 0211-3023731
Mail: d.braun@netzwerk-bekleidung.de

Düsseldorf, Juni 2008





Inhalt

1. Kurzdossier: Saudi Arabien
2. Wirtschaftskennzahlen
3. Bevölkerungsentwicklung
4. Klimaregionen
5. Verteilung der Kaufkraft
6. Privater Konsum
7. Deutsche Bekleidungsexporte
8. Handelsplätze und Bekleidungsmessen
9. Handelsstruktur und Distributionswege
10. Besonderheiten Zoll und Warenversand
11. Zahlungsmoral
12. Kulturelle Besonderheiten
13. Öffnungszeiten und Feiertage
14. Passformbesonderheiten
15. Handlungsempfehlungen zum Markteintritt
16. Marktteilnehmer vor Ort
17. Weiterführende Informationen
18. Ansprechpartner
19. Quellen



1. Kurzdossier: Saudi Arabien

Fläche	2.240.000 km ²
Hauptstadt	Riad
Einwohner	27.601.038 (2007 geschätzt)
Bevölkerungsdichte	11,8 Einwohner pro km ²
Landessprache	Arabisch
Religionen	Staatsreligion ist laut Grundordnung der Islam. 98 % der Bevölkerung sind Muslime, 2 % sind Juden und Christen. 73 % der Bevölkerung gehören dem salafitischen Islam an, andere Sunniten stellen 12 % der Bevölkerung, Schiiten etwa 5-10 %.
Staatsform	Absolute Monarchie
Verwaltungsstruktur	13 Provinzen, dazu kommen noch zwei Regionen, die hoheitsrechtlich neutral, aber dem Königreich zugehörig sind.

Quelle: www.wikipedia.de, www.indexmundi.com

1. Kurzdossier: Saudi Arabien

Saudi Arabien ist Gründungsmitglied im Golf-Kooperationsrat (GCC), der 1981 gemeinsam mit den Vereinigten Arabischen Emiraten Kuwait, Bahrain, Katar und dem Oman gegründet wurde. Ziel ist eine gemeinsame Außen- und Sicherheitspolitik, 2003 gab es eine vorgezogene Zollunion, bis 2010 soll es eine gemeinsame Währung geben.

Für die Europäische Union ist die GCC-Region von strategischer Bedeutung. Der GCC ist der wichtigste Handelspartner der Union in der arabischen Welt. Auf ihn entfallen etwa die Hälfte des gesamten Handels mit den arabischen Staaten und etwa 4 Prozent der Gesamtausfuhr der Europäischen Union in Drittländer.

Quelle: www.wikipedia.de

2. Wirtschaftskennzahlen

Nach stagnierendem und schwachem Wachstum 2001 und 2002 entwickelte sich die Wirtschaft seit 2003 positiv. Das Wirtschaftswachstum 2006 lag bei 6,5 %. Der hohe Ölpreis, die große Fördermenge und die allgemein verbesserten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen trugen dazu bei. Die offizielle Arbeitslosenquote lag 2006 bei 13%, in Wahrheit dürfte sie weit höher liegen: Schätzungen gehen von bis zu 30% aus. Das BIP (2006: 346 Mrd. US\$) wird zu rund 40% im Bereich Handel und Dienstleistungen sowie zu rund 40% im Bereich Erdöl und Bergbau erwirtschaftet.

Eine Privatisierung, Liberalisierung und Entbürokratisierung Saudi Arabiens wird von König Abdullah persönlich vorangetrieben.

	2004	2005	2006	2007
BIP (Mrd. US\$)	287	310	346	366
BIP pro Kopf (US\$)	11.800	12.000	13.100	13.600
BIP Wachstum %	5,3	5,0	6,5	2,4
Inflationsrate %	0,5	0,8	0,4	1,9
Arbeitslosenquote %	25,0	25,0	13,0	13,0

Quelle: www.indexmundi.com, www.wikipedia.de, www.bfai.de

2. Wirtschaftskennzahlen

Saudi Arabien ist als weltweit größter Erdölproduzent stark von der Entwicklung des Erdölmarktes abhängig. Der Anteil an den Staatseinkünften aus Erdölverkäufen beträgt ca. 75% der gesamten Exporte. Deutschland nimmt nach den USA und China den dritten Platz bei den Herkunftsländern saudi-arabischer Einfuhren ein. Die Aussichten für einen weiteren Ausbau der Handelsbeziehungen stehen gut.

Über Jahrzehnte galt Saudi-Arabien als Garant einer politischen Stabilität in der arabischen Welt und als verlässlicher Verbündeter des Westens. Mit den Anschlägen vom 11. September 2001 und der Verwicklung saudischer Staatsbürger in diese Anschläge, hat sich dieses Bild jedoch gewandelt. Die Beziehungen zwischen Deutschland und Saudi Arabien gelten aber als freundschaftlich und spannungsfrei.

Außenhandel	2004	2005	2006	2007
Import (Mrd. US\$)	30,4	36,2	44,9	64,2
Export (Mrd. US\$)	86,5	113,0	165,0	204,5
Import Bekleidung aus Deutschland (Tsd. €)	12.814	12.300 (- 4%)	14.503 (+18 %)	11.446 (- 21%)
Export Bekleidung nach Deutschland (Tsd. €)	k.A.	143	125 (- 13%)	89 (- 29%)

Quelle: www.indexmundi.de, www.bfai.de, www.auswaertiges-amt.de, Statistisches Bundesamt über GermanFashion

3. Bevölkerungsentwicklung

Die saudi-arabische Bevölkerung wächst jährlich um 2,2 Prozent. Die Geburtenrate ist mit 4 Kindern pro Frau eine der höchsten weltweit und führt zu einer extrem jungen, zunehmend von Arbeitslosigkeit betroffenen Bevölkerung. Fast zwei Drittel der saudischen Bevölkerung sind unter 25 Jahre alt. Das Durchschnittsalter beträgt bei Frauen 19,4 Jahre, bei Männern 22,9 Jahre. Das Gesamtdurchschnittsalter gesamt beträgt 21,4 Jahre.

Es leben über 6 Mio. Ausländer legal im Land, die meisten von ihnen stammen aus Asien oder Afrika.

Jahr	Bevölkerung	Rang	Änderung
2003	24.293.844	45	k.a.
2004	26.417.599	43	8.74 %
2005	26.417.599	43	0.00 %
2006	27.019.731	43	2.28 %
2007	27.601.038	43	2.15 %

Quelle: www.indexmundi.com, www.wikipedia.de

4. Klimaregionen

Es herrscht vorwiegend heißes und trockenes Klima. Das kontinentale Klima im Landesinneren weist zum Teil beträchtliche Temperaturunterschiede auf, vor allem zwischen Tag und Nacht. Im Sommer sind tagsüber Maximalwerte von 50 °C möglich, im Winter kann nachts der Gefrierpunkt unterschritten werden. Die durchschnittliche Jahrestemperatur liegt bei 28 °C. Der größte Teil der spärlichen Jahresniederschlagsmenge fällt zwischen November und Januar.

Saudi Arabien ist im Vergleich zu Deutschland fast sechsmal so groß.

Durchschnittliche Temperaturen von Januar – Dezember

Monat	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
min. Temp. °C	8	9	13	18	22	25	26	24	22	16	13	9
max. Temp. °C	21	23	28	32	38	42	42	42	39	34	29	21
Feuchtigkeit %	57	50	50	49	41	39	26	27	33	36	47	64
Regentage	1	1	3	4	1	0	0	0	0	0	0	0

Quelle: www.ipicture.de

5. Verteilung der Kaufkraft

Nirgendwo auf der Welt ist die Kaufkraft derzeit so hoch wie in Saudi Arabien. Der gestiegene Ölpreis spült jährlich 180 Milliarden US\$ zusätzliche Einnahmen in die Staatskassen. Die meisten finanziellen Mittel werden für die Bevölkerung und die Infrastruktur aufgewendet. Wohnung, Wasser, Strom, Inlandstelefon und Internet sind für jeden Saudi kostenlos, das soll sich für die nicht Arbeitenden jedoch ändern.

Neben den extrem Reichen leben auf Grund der hohen Arbeitslosigkeit immer mehr Menschen in Armut. Es gibt keine offiziellen Angaben zur Arbeitslosigkeit. Schätzungen gehen von bis zu 30 Prozent aus. Die in früheren Jahren großzügige Alimentierung der saudischen Bevölkerung ohne eigenes Einkommen ist längst nicht mehr finanzierbar. Ein Problem für die jungen Saudis ist, dass hoch bezahlte Arbeitsplätze vom Staat nicht mehr selbstverständlich an jeden Saudi verteilt werden. Die vorhandenen Stellen sind bis auf weiteres besetzt, der Bedarf ist bereits übermäßig gesättigt. Die Privatwirtschaft kann pro Jahr lediglich etwa 25.000 neue Stellen schaffen. Saudis sehen sich mittlerweile mit der für sie völlig neuen Situation konfrontiert, Arbeiten verrichten zu müssen, die bisher von den Gastarbeitern ausgeführt wurden. Die meisten dieser (manuellen) Arbeiten liegen nach ihrer Meinung „unter ihrem Niveau“. Die Regierung versucht nun, im Rahmen der so genannten Saudisierung, den Anteil saudischer Arbeitnehmer in 20 Branchen zu erhöhen. Danach ist jedes Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern dazu angehalten, den Anteil der saudischen Beschäftigten jedes Jahr um 5 % zu erhöhen bis ein Anteil von bis 100% erreicht ist.

Quelle: www.wikipedia.de, www.tagesschau.de, www.haygroup.com

5. Verteilung der Kaufkraft

Die Forderung der Frauen, den Arbeitsmarkt auch für sie zu öffnen, trifft in der Privatwirtschaft auf großen Anklang. Die saudischen Frauen gelten, im Gegensatz zum Gros der jungen saudischen Männer, als hoch motivierte und äußerst kompetente und zuverlässige Arbeitskräfte. Für viele junge Frauen ist die Zeit in der Schule und Hochschule die einzige Gelegenheit, der Enge und Kontrolle der Familie zu entkommen. Diese Gelegenheit haben viele Frauen in den vergangenen Jahren genutzt. Heute weisen die saudischen Frauen einen vergleichsweise hohen Bildungsstand auf. Die fortschrittlichen Vertreter in Staat und Wirtschaft sind sich des hohen ‚Humankapitals‘ der Frauen bewusst; islamische Traditionen verhindern bislang jedoch ein Vordringen der Frauen in den Arbeitsmarkt und insbesondere in gehobene Positionen.

Dem Vordringen in die Arbeitswelt steht aber nicht nur das traditionelle Rollenverständnis im Weg, das die Frauen als tragende Säulen in der Familie und im Sozialen sieht; die Beschäftigung von Frauen ist auch eine Kostenfrage für die Arbeitgeber. Die strikte Trennung von Männern und Frauen im öffentlichen Raum zwingt Arbeitgeber zum Aufbau einer kostspieligen parallelen Infrastruktur, die das direkte Aufeinandertreffen von Frauen und Männern und den direkten Blickkontakt verhindert. Überall, wo Männer und Frauen gleichzeitig beschäftigt werden, gibt es hermetisch abgeriegelte Sektionen für beide Geschlechter. Diese räumliche Trennung hat natürlich auch negative Auswirkungen auf stark miteinander vernetzte Geschäftsprozesse.

Quelle: www.wikipedia.de, www.tagesschau.de, www.haygroup.com

5. Verteilung der Kaufkraft

Laut dem ‚Hay Group World Pay Report‘ verfügen die Manager aus dem ölreichen und steuerfreien Saudi Arabien im weltweiten Vergleich über die höchste Kaufkraft mit einem verfügbaren Einkommen von rund 230.000 US\$. Arbeitgeber in dieser Region tendieren dazu, Festgehälter stärker zu gewichten als leistungsabhängige Vergütungsmodelle. Zudem ist hier die Nachfrage nach erfahrenen Managern groß und Unternehmen versuchen internationale Talente mit der Einführung von Long Term Incentive Plänen zu locken.

Quelle: www.haygroup.com

5. Verteilung der Kaufkraft via Einwohnerzahlen

Saudi Arabiens größte Städte

Städte	Einwohnerzahl
Riad	4.087.152
Dschidda	2.801.481
Mekka	1.294.168
Medina	918.889
Dammam	744.321
Taif	521.273
Tabuk	441.351
Buraida	378.422
Chamis Muschait	372.695
Hufuf	287.841
al-Mubarraz	285.067
Hail	267.005
Nadschran	246.880

86 % der Menschen leben in den Städten des Landes, der Rest auf dem Land.

Mekka und Medina sind die beiden heiligen Städte des Islams, für Nicht-Muslime völlig gesperrt. Zur Zeit der Haddsch (Pilgerreise) halten sich mehrere Millionen Pilger in den Städten auf.

6. Privater Konsum

Da es keinerlei kulturelle Aktivitäten wie Theater, Oper oder Kinos gibt, ist Shopping eine beliebte Freizeit-Beschäftigung, vor allem der Frauen, aber auch ganzer Familien. Während bei männlichen Kunden technische Geräte begehrt sind, favorisieren die Damen Kleidung, Accessoires und Kosmetika.

Gekauft wird internationale Mode in großen, edelsten Shopping-Malls in den Randbezirken der großen Städte. In der Öffentlichkeit müssen alle Frauen Abajas tragen, große schwarze Schleier, die vom Kopf bis zu den Knöcheln reichen. Obwohl für uns Europäer alle Gewänder und damit die Frauen ähnlich aussehen, gibt es große Unterschiede. Unterschieden wird u.a. in Schmetterlings-Stil, China-Stil, Oman-Stil. Die Abaja ist zu einem Modeartikel geworden, Farben sind an den Ärmeln erlaubt, manche sind sehr elegant geschnitten, sind bestickt oder mit Applikationen auf dem Rücken versehen, sie können bis zu 1.500,- EUR kosten. Wer stylish sein will, zeigt dies zusätzlich an seinen Accessoires wie große Sonnenbrillen im Stil von Paris Hilton, Plateau-Sandalen, perfekt manikürte Finger- und Zehennägel. Unter den Abajas wird die gleiche Kleidung getragen wie in westlichen Ländern, nur das diese in Saudi Arabien sehr luxuriös und gepflegt ist und stets dem neuesten Trend entspricht.

Shopping-Malls bieten aber auch eine der wenigen Möglichkeiten als junger Mensch mit dem anderen Geschlecht zu flirten. Unbedingt notwendig dazu ist ein Mobiltelefon mit Bluetooth. Die meisten jungen Saudis haben zusätzlich zu Pocket-PC und Laptop zwei Mobiltelefone.

Quelle: www.bfai.de, www.Tagesspiegel.de, www.kingdomcentre.com.sa, www.zeit.de

6. Privater Konsum

Es sind vor allem Designerinnen, die die lokale Modeszene beherrschen: Fawzia Al Nafea kreiert Hochzeitskleider und Abendroben in leuchtenden Farben und harmonischen Farbkombinationen mit flatternden, fließenden Silhouetten, in leichten, oft durchsichtigen Stoffen, reich bestickt, glitzernd, schimmernd und schillernd, gerade so wie die Gewänder der Prinzessinnen in den Märchen aus Tausendundeiner Nacht. Kundinnen sind die Frauen reicher arabischer Geschäftsleute und Angehörige der großen königlichen Familien.

Während auf der einen Seite der Luxus keine Grenzen kennt (der erste als Privatflugzeug genutzte A380 gehört einem saudischen Prinzen) wird andererseits die Armut immer größer. Die Nachfrage nach günstiger Bekleidung oder Secondhandkleidung nimmt zu.

Quelle: www.bfai.de, www.Tagesspiegel.de, www.kingdomcentre.com.sa, www.zeit.de

7. Deutsche Bekleidungsexporte nach Saudi Arabien

Angaben in Tsd. EUR

	2005	2006	2007
Lederbekleidung	184	286	217
Arbeits- und Berufsbekleidung	259	99	44
Oberbekleidung (ohne Arbeits- u. Berufsbekleidung)	6.138	7.726	6.333
Wäsche	3.815	4.385	3.630
Bekleidung und Bekleidungszubehör, a.n.g.	1.888	1.955	1.087
Pelze und Pelzwaren	16	52	135
Veredlung von Erzeugnissen dieser Güterabteilung	0	0	0
Summe	12.300	14.503 + 17,91%	11.446 - 21,08%

Quelle: Statistisches Bundesamt über German Fashion

Netzwerk Bekleidung und Mode NRW - Ein Projekt des Verbandes der Nordwestdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie e.V., des GermanFashion Modeverbandes Deutschland e.V. und der IG Metall Bezirksleitung NRW.

In Zusammenarbeit mit



Gefördert durch

Ministerium für Wirtschaft,
Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen





Export nach Produktgruppen (Menge = Stück, Wert = Tsd. EUR)		2005		2006		2007	
		Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
DOB	Mäntel, Umhänge	1.022	78	1.425	137	630	72
	Anoraks, Windjacken	10.597	95	3.078	111	5.004	133
	Kostüme, Kombinationen	876	129	1.592	90	1.020	102
	Jacken	13.951	724	19.775	1.058	12.752	735
	Kleider	6.702	331	8.721	324	7.667	345
	Röcke	43.231	1.105	52.204	1.500	27.626	1.037
	Hosen	59.943	1.062	59.852	1.285	37.391	816
	Blusen	52.286	1.072	60.820	1.375	54.837	1.271
	Unterkleider, -röcke, -hosen, -hemden	18.432	80	10.899	86	43.965	157
	Nachthemden, Schlafanzüge	17.213	161	9.499	147	4.668	92
	Bademäntel, Negliges	1.345	19	542	16	1.286	15
	Pullover, Strickjacken, Unterziehpullover	40.401	836	20.111	477	12.232	322
	Summe:	265.999	5.692	248.518	6.606	209.078	5.097
HAKA	Mäntel, Umhänge	620	97	746	118	470	85
	Anoraks, Windjacken	1.353	60	2.957	152	2.278	121
	Anzüge, Kombinationen	4.997	918	4.873	1.080	5.108	1.086
	Jacken	3.859	265	3.468	349	4.008	339
	Hosen	50.224	1.324	47.915	1.602	71.165	1.492
	Hemden	33.807	747	34.594	894	33.962	902
	Unterhosen, -hemden	20.842	38	26.467	73	8.811	34
	Schlafanzüge	734	23	348	18	564	24
	Bademäntel	0	0	0	0	0	0
	Pullover, Strickjacken	5.998	92	3.600	93	5.932	158
Summe:	441.394	10.180	400.038	11.532	353.630	9.609	
DOB/ HAKA	T-Shirts	396.784	1620	281.656	1.732	125.718	1.018

Quelle: Statistisches Bundesamt über German Fashion



8. Handelsplätze und Bekleidungsmessen

Die größten Städte Saudi Arabiens sind Riad als Hauptstadt mit mehr als 4 Mio. Einwohnern und Dschidda mit 2,8 Mio. Einwohnern.

In verschiedenen Landesteilen sollen insgesamt sechs neue Wirtschaftsstädte auf dem Reißbrett entstehen. Im Dezember 2005 legte König Abdullah den Grundstein zur ersten, nach ihm benannten Wirtschaftsstadt nahe Rabigh am Roten Meer (King Abdullah Economic City), deren Hauptattraktion der modernste Hafen der Welt mit einer Umschlagskapazität von jährlich 100 Mio. Container werden soll. Bis Ende 2008 sollen hier 50.000 Menschen leben, bis 2020 sollen über 1 Mio. neue Arbeitsplätze entstehen.

Die Mode-Messe ‚fashion arabia‘ gibt es erst seit 2007, sie findet einmal jährlich statt.

Datum	Ort	Veranstaltung
23.-26.03.2008	Dschidda	fashion arabia - Saudi Arabia's Premiere International Clothing, Textiles, Leather Goods, Cosmetics, Perfumes & Accessories Exhibition
29.03.-01.04.2009	Dschidda	fashion arabia - Saudi Arabia's Premiere International Clothing, Textiles, Leather Goods, Cosmetics, Perfumes & Accessories Exhibition

Quelle: www.TWnetwork.de, www.faz.net

9. Handelsstruktur und Distributionswege

Eingekauft wird in sehr modernen und luxuriösen Malls, die im Unterschied zu den Vereinigten Arabischen Emiraten noch eher breit als hoch sind. Doch findet hier gerade ein Umdenken statt. Eine gute Erreichbarkeit, ausreichend Parkplätze und funktionierende Klimaanlage sind ein Muss für diese Malls.

Das Al Faisaliyah Center und das Kingdom Centre in Riad sind die größten von vielen Shopping-Malls. Untergebracht sind sie in den beiden höchsten Wolkenkratzern Saudi Arabiens und bieten neben High-Class-Shopping, Restaurants und Hotels der Luxusklasse, Büroflächen und luxuriöse Apartments. Die Al Mamlaka-Shoppingmall im Kingdom Centre bietet eine eigene Ladies-Area mit 35 Shops, in denen nur weibliches Personal arbeitet. Sind solche separaten Areale nicht gegeben, gibt es keine weiblichen Verkäuferinnen und keine Umkleidekabinen in den Läden.

Beliebter Franchisepartner ist der Marktführer im Einzelhandel am Saudi-Arabischen Markt, die Fawaz Alhokair Gruppe. Die Gruppe ist marktführend im Hypermarkt- und im Bekleidungs-Segment und kooperiert derzeit mit circa 50 Franchisepartnern aus aller Welt. Bekannte Namen wie GAP, Zara, Promod oder Nike zählen zu den Kooperationspartnern. Durch die Marktdominanz baut und betreibt diese Unternehmensgruppe eigene Shoppingcenter, sie betreibt derzeit ca. 700 Geschäfte mit mehr als 6.000 Mitarbeitern und expandiert massiv.

Quelle: www.bfai.de, GCS Internetrecherche, www.alhokair.com.sa

9. Handelsstruktur und Distributionswege

Aus Sicht ausländischer Investoren ist Saudi-Arabien ein liberales Land - liberaler als die Nachbarn VAE oder Katar. Denn was z.B. in Dubai verboten ist, ist in Saudi-Arabien erlaubt:: Die Gründung von Gesellschaften, die sich zu 100% in der Hand von Ausländern befinden. Dies gilt aber nicht für alle Sektoren. Diese sogenannte "Negative List" umfasste bislang auch den Handel und zwar als Groß- oder Einzelhandel. Das korrespondiert mit Bestimmungen des Vertriebsrechts. Das generell als "Handelsvertretergesetz" bezeichnete königliche Dekret Nr. M/11 verbietet Ausländern als Handelsvertreter oder Vertragshändler tätig zu werden. Handelt es sich um eine Gesellschaft, muss sie zu 100% von saudi-arabischen Staatsangehörigen gehalten werden.

Doch ist in Folge des WTO-Beitritts Bewegung in die Rechtslage gekommen. An Handelsunternehmen dürfen Ausländer nun einen maximalen Anteil von 51% halten, bis zum Jahresende soll der Anteil auf 75% ansteigen. Allerdings wird eine Vertriebslizenz ausschließlich Gesellschaften erteilt, die ein Mindestkapital von 40 Mio. SAR (6,9 Mio. EUR) aufbringen, wenn Ausländer beteiligt sind. Die Höhe des einzulegenden Kapitals bemisst sich in Proportion zur Höhe der ausländischen Beteiligung. Vertriebt das Unternehmen die eigenen Produkte des Ausländers im Wege von Franchising, entfallen die hohen Kapitalanforderungen: Für eine Vertriebs-GmbH reichen 500.000 SAR (86.000 EUR) als Stammkapital aus.

Quelle: www.bfai.de

10. Besonderheiten Zoll und Warenversand

Saudi-Arabien bereitet sich seit einigen Jahren auf eine Marktöffnung vor. Die Zugeständnisse sind weitreichend und werden die saudi-arabische Unternehmenslandschaft umkrempeln. Während sich das Königreich im Warenhandel mit einigen Einschränkungen als vergleichsweise offener Markt mit moderaten Zollschränken präsentiert, wird vor allem der Dienstleistungssektor von den Reformen betroffen sein. In dem mit den USA unterschriebenen Beitrittsabkommen verpflichtet sich Riad auf einen durchschnittlichen Zollsatz von 3,2% auf Industriewaren. Davon wären rd. 75% der US-Exporte betroffen. Auf einige wichtige Warengruppen werden die Zollsätze noch weiter gesenkt. Damit sind auch die Rahmenbedingungen für deutsche Industrieausfuhren nach Saudi-Arabien abgesteckt. Die meisten der Zollsatzsenkungen werden sofort mit dem Beitritt wirksam, einige sollen über eine Zeitspanne von fünf Jahren reduziert werden. Zur Zeit gilt ein Importzoll von 5%; bis auf Produkte, die im Land selbst ausreichend hergestellt werden können, diese werden mit 20% verzollt.

Der Steuersatz beträgt grundsätzlich 20%. Saudis und GCC-Staatsangehörige hingegen werden lediglich mit der Zakat, einer islamisch-rechtlichen Abgabe eigener Prägung, besteuert. Deren Höhe beträgt 2,5%.

Indirekte Steuern wie Umsatz- oder Verbrauchssteuern werden nicht erhoben. Zwischen Deutschland und Saudi-Arabien existiert bislang noch kein Doppelbesteuerungsabkommen (DBA). Verhandlungen laufen bereits seit 2001.

Quelle: www.auwi-bayern.de, www.bfai.de

10. Besonderheiten Zoll und Warenversand

Alle wichtigen Städte sind mit autobahnähnlichen Strassen vernetzt. Obwohl die Strassen in einem sehr guten baulichen Zustand sind, sind sie der Menge des Verkehrs vor allem in den großen Städten vielfach nicht gewachsen. Nicht-Muslime nutzen vor allem die in den Tageszeitungen veröffentlichten Gebetszeiten, um sich schnell auf den Strassen bewegen zu können.

Im Fastenmonat Ramadan verlagern viele Shopping-Malls ihre Öffnungszeiten in die Nacht hinein, so dass sich in dieser Zeit auch das Verkehrsaufkommen bis in die frühen Morgenstunden verlagert. Noch um drei Uhr in der Früh sind die Autobahnen und Boulevards kilometerweit mit großen Fahrzeugen, meist amerikanischer Bauart, verstopft.

Saudi-Arabien verfügt über acht bedeutende Seehäfen, die unter dem Ziel eines Hauptumschlagplatzes für den Warenverkehr im mittleren Osten ausgebaut werden sollen. Im Rahmen der King Abdullah Economic City entsteht ein 2,6 Mio. qm großer Hafen in Rabigh. Fast so groß wie Rotterdam soll dieser Hafen als Drehscheibe für Waren von und nach Europa, Afrika und Asien dienen. Im Containerhafen von Tusdeer im Jeddah Islamic Port wird die Jahreskapazität bis 2009 auf 6,5 Mio. TEU (Zwanzig-Fuß-Container-Einheiten) verdoppelt mit Kosten von 440 Mio. US\$.

Quelle: www.auwi-bayern.de, www.bfai.de, www.nationalgeographic.de

11. Zahlungsmoral

Verlässlichstes Sicherungsmittel ist ein bestätigtes, unwiderrufliches Akkreditiv (*confirmed irrevocable L/C*). Die Vereinbarung eines Eigentumsvorbehalts ist dem islamischen Recht grundsätzlich fremd, ebenso die Sicherungsübereignung. Diese beiden Rechtsinstitute geben dem Gläubiger vor einem saudi-arabischen Gericht deshalb keine hinreichende Sicherheit an die Hand.

Bonitätsauskünfte können über das Deutsch-Saudiarabische Wirtschaftsbüro beschafft werden.

Bankauskünfte sind nicht erhältlich.

Die Eintreibung von ausstehenden Forderungen ist kostenaufwendig und langwierig, da bei Handelsstreitigkeiten u.a. auch islamisches (Sharia-) Recht angewendet wird und komplizierte Verfahrensordnungen bestehen. Ausländische Gerichtsurteile können in Saudi Arabien nicht vollstreckt werden. Das Rechtsanwalts Honorar ist auch im Falle des positiven Ausgangs vom Kläger zu tragen. Ein außergerichtlicher Vergleich ist in vielen Fällen empfehlenswert. Die gerichtliche Eintreibung von Forderungen erscheint derzeit auf Grund der Schwierigkeit und Dauer des Gerichtsverfahrens sowie der Höhe der Rechtsanwaltskosten erst ab einer Höhe von ca. 40.000,- EUR vertretbar.

Quelle: www.auwi-bayern.de

12. Kulturelle Besonderheiten - Allgemein

Saudi-Arabien ist ein muslimisches Land und legt die islamischen Grundsätze sehr streng aus. Das saudische Strafrecht ist die islamische Sharia mit den bekannten Strafsanktionen (Prügelstrafen, körperliche Züchtigung, Todesstrafe). Drogen- und Alkoholbesitz sind strafbar. Prostitution und homosexuelle Handlungen werden in Saudi-Arabien nach Ermessen des Richters mit Freiheitsentzug und/oder Stockschlägen bestraft; in schweren Fällen kann die Todesstrafe verhängt werden.

Vermeiden Sie negative Kommentare über den Islam, die Situation im Nahen Osten oder die Rolle des saudischen Königshauses.

In Saudi-Arabien wird das Leben komplett nach den Gebetszeiten geregelt. D.h. vereinbaren Sie Termine nach den Gebetszeiten, nicht unmittelbar davor, wenn der Geschäftspartner sich auf das Gebet vorbereitet.

Im Fastenmonat Ramadan sollte Essen, Trinken und Rauchen in der Öffentlichkeit strikt vermieden werden. Vermeiden Sie Geschäftsreisen zu Zeiten des Ramadan.

Es besteht ein uneinheitlich angewendetes Fotografierverbot. Wer fotografiert, muss zumindest damit rechnen, dass Kamera und Filme konfisziert werden.

Quelle: www.worldbusinessculture.de, www.wikipedia.de

12. Kulturelle Besonderheiten - Aufenthalt

Für deutsche Staatsangehörige besteht für Saudi-Arabien Visumpflicht. Die Vorlage einer Einladung nach Saudi-Arabien sowie ein noch mindestens sechs Monate gültiger Reisepass ist für die Beantragung eines Visums erforderlich. Geschäftsreisende benötigen ein Schreiben ihres Unternehmens, das von der IHK in Deutschland beglaubigt ist, und ein von der IHK in Saudi-Arabien beglaubigtes Einladungsschreiben des saudischen Partners. Sie können stattdessen auch die Zustimmung der saudischen Investitionsförderungsgesellschaft SAGIA vorlegen.

Allen Deutschen, die nach Saudi-Arabien reisen oder sich dort aufhalten, wird dringend empfohlen, sich bei der Deutschen Botschaft in Riad zu registrieren und dabei ihre Mobiltelefonnummer und E-Mail-Adresse anzugeben.

Quelle: www.auwi-bayern.de, www.sagia.gov.sa

12. Kulturelle Besonderheiten - Geschäftskultur

Die westliche Geschäftskultur unterscheidet klar zwischen Arbeit und religiösem Glauben. In Saudi Arabien ist der Einfluss des Islam allgegenwärtig. Leben und Geschäfte werden von den Vorschriften und Lehren einer Religion bestimmt, die die Basis der Gesellschaft bilden. Es geschieht nichts, was nicht dem Willen Gottes entspricht. Wenn ein Geschäft zustande kommt, liegt das am Willen Gottes, wenn nicht, sollte es nicht sein. Das wird von nicht-islamischen Geschäftsleuten oft als ein gewisser Fatalismus und einem Mangel an Dringlichkeit wahrgenommen. Die oft zitierte arabische Redewendung „In Sha Allah“, (so Gott will) steht für einen tief verwurzelten Glauben an die unendliche Aktivität einer Gottheit; sie ist keine Ausrede für Untätigkeit oder Mangel an Motivation. Da die Befolgung religiöser Rituale Vorrang vor allen anderen Aspekten des Lebens hat, unterbrechen Gebete immer wieder den Geschäftstag. Unterschätzen Sie nicht die tiefe Überzeugung Ihrer saudi-arabischen Geschäftspartner und glauben Sie nicht, dass der Bezug auf die Religion in irgendeiner Weise ein Trick oder unaufrichtig sei.

Handeln wird mit fast sportlichem Ehrgeiz betrieben. Nachverhandlungen sind üblich und großzügige Gesten gängige Praxis. Entsprechende Spielräume und Entgegenkommen sollten bei der Preisgestaltung einkalkuliert werden.

Visitenkarten sollten zweiseitig (englisch/arabisch) übergeben werden.

Quelle: www.worldbusinessculture.de

12. Kulturelle Besonderheiten - Unternehmen

Unternehmen werden üblicherweise um eine Familie herum aufgebaut, alle wichtigen Mitarbeiter kommen aus der Großfamilie. Vetternwirtschaft ist eine Lebensart; die Vorstellung, dass Posten nicht an Familienmitglieder vergeben werden, ist unbegreiflich. Innerhalb der familienbasierten Struktur wird das Unternehmen in strengen Hierarchien aufgebaut. Ein Großteil der Macht liegt in der Hand der höchsten, in der Regel ältesten, Familienmitglieder. Der Versuch, flachere Systeme einzuführen, in denen Beförderungen von nachweisbaren Talenten und nicht von Beziehungen abhängen, könnte als Verstoß gegen Kultur, Geschichte und Religion verstanden werden, da der Islam die Bedeutung von Familienbeziehungen, Loyalität und Respekt für ältere Mitmenschen lehrt. Aus diesem Grund ist es so wichtig, so viel Zeit und Energie wie möglich in den Aufbau von Beziehungen zu investieren.

Das Konzept der Teamarbeit wird akzeptiert, so lange alle Teammitglieder wirklich ein Teil des Teams sind (d.h. die Großfamilie oder enge Freunde). Die Probleme beginnen dort, wo versucht wird, Teamgeist innerhalb einer Gruppe zu entwickeln, in der keine natürlichen verwandtschaftlichen Bindungen bestehen. Bei jedem Zusammentreffen von Saudi-Arabern spielt die Hierarchie eine Rolle und selbst wenn Sie ein flaches System innerhalb des Teams einführen wollen, werden traditionelle Klassen- und Familienzugehörigkeiten sehr schnell zur Errichtung einer inoffiziellen Hierarchie führen.

Quelle: www.worldbusinessculture.com

12. Kulturelle Besonderheiten - Meetings

Meetings haben in Saudi Arabien nicht viel mit unseren westlichen Verfahren und Abläufen eines solchen gemeinsam. Es ist nicht unüblich in einen Raum mit vielen anderen, unbekanntem Leuten geführt zu werden (auch für ein erstes Treffen). Ihr Kontakt widmet Ihnen dann sicher seine ungeteilte Aufmerksamkeit, bevor er sich wieder einem Gespräch zuwendet, das er mit jemandem vor Ihrer Ankunft geführt hat. Es wird möglicherweise von Ihnen erwartet, für einen beträchtlichen Zeitraum in diesem Raum zu sitzen bis Sie wieder an der Reihe sind. Dieses Verfahren kann für aufgabenorientierte, von der Zeit beherrschte Abendländer sehr frustrierend sein. Solche Meetings können sich stundenlang hinziehen, ohne dass viel – oder überhaupt etwas – erreicht wird. Deshalb kann es schwierig sein, mehr als ein Treffen am selben Tag einzuplanen.

Da Beziehungen überaus wichtig sind, bestehen viele Meetings aus langen Kennenlernrunden. Selten hat ein Meeting eine formelle Tagesordnung und einen designierten Vorsitzenden. Diskussionen können deshalb zusammenhangslos erscheinen, wenn mehrere Personen gleichzeitig sprechen. Versuchen Sie, keine Zeichen von Ärger oder Missfallen zu zeigen, wenn Meetings nicht nach westlichem Muster ablaufen. Ihre Fähigkeit, effektiv zu interagieren, bestimmt zu einem großen Teil über die Meinung von Ihnen. Seien Sie unbedingt pünktlich, aufmerksam, schalten Sie ihr Mobiltelefon aus und schenken Sie ihre Zeit, das wird von Ihnen als Europäer erwartet.

Quelle: www.worldbusinessculture.com

12. Kulturelle Besonderheiten - Führungsstil

Wie das in einer Kultur, in der Organisationen streng hierarchisch aufgebaut sind, zu erwarten ist, pflegen die Manager einen stark anweisenden Führungsstil. Untergebene betrachten es als die Aufgabe des Vorgesetzten, Entscheidungen zu treffen und diese Entscheidungen zur Umsetzung nach unten zu übermitteln. Der Leiter beteiligt seine Gruppe jedoch häufig an Diskussionen, in denen ein Konsens gefunden werden soll, wobei die endgültige Entscheidung aber beim Leiter liegt. Wenn Führer führen und Untergebene lediglich folgen, werden Aufgaben, die nicht explizit vergeben werden, wahrscheinlich nicht erledigt. Es ist daher unumgänglich, alle Anweisungen klar, eindeutig und vollständig zu formulieren. Für den Vorgesetzten ist es wichtig, dass seine Position respektiert wird; Untergebene können teilweise extreme Zeichen von Ehrerbietung an den Tag legen. Es ist wichtig, daran zu denken, dass diese Ehrerbietung nicht nur der Position des Vorgesetzten innerhalb der Organisation entgegengebracht wird, sondern auch seinem Familienstatus, seinen gesellschaftlichen Beziehungen und seinem Alter.

Quelle: www.worldbusinessculture.com

12. Kulturelle Besonderheiten - Frauen und Kleidung

Frauen spielen im öffentlichen Leben in Saudi-Arabien kaum eine und in der Geschäftswelt praktisch gar keine Rolle. Es ist deshalb schwierig für weibliche Geschäftsreisende, viel in diesem Land zu erreichen, selbst wenn sie ein Visum erhalten. Die Zusammensetzung einer geschäftlichen Delegation nach Saudi-Arabien erfordert sorgfältige Überlegung; die üblichen westlichen Auswahlkonzepte nach Verdiensten, Leistung und technischen Fähigkeiten sind möglicherweise nicht angemessen. Jede Frau, die zu einem Geschäftsbesuch kommt, muss sich sowohl im Verhalten als auch in der Kleidung sehr zurückhaltend geben.

Von Besuchern wird in Saudi-Arabien allgemein erwartet, dass Sie sich angemessen und elegant kleiden. Männer sollten für Geschäftstreffen trotz der Hitze Anzüge und Krawatten tragen, Frauen sollten in Kostümen kommen (keine Hosen), die so wenig Haut wie möglich zeigen. Röcke sollten deutlich unterhalb des Knies enden, vorzugsweise am Knöchel. Für Frauen ist es ratsam, ein Kopftuch zu tragen. Männer sollten keine traditionellen saudi-arabischen Trachten tragen, da ein solches Verhalten für die Einheimischen seltsam oder sogar beleidigend sein könnte. Die korrekte Beachtung der Kleidervorschriften wird von der Matawain (religiöse Polizei) überwacht, die für die Durchsetzung des Tragens zurückhaltender Kleidung in Übereinstimmung mit dem islamischen Gesetz verantwortlich ist.

Quelle: www.worldbusinessculture.com

12. Kulturelle Besonderheiten - Verhalten

Die Notwendigkeit, in vielen Geschäftssituationen Schmeicheleien anzubringen, fällt vielen Geschäftsleuten anderer Kulturen schwer. Arabisch ist eine Sprache der Übertreibung, in der die Verdienste der anderen gelobt und unverhohlen kommentiert werden. Während des Aufbaus der Beziehungen ist es wichtig, dem Gastgeber, seinem Unternehmen, Saudi-Arabien und der muslimischen Welt im Allgemeinen Komplimente zu machen. Im Gegenzug wird man Komplimente erhalten, seien Sie nicht abweisend, zurückhaltend oder peinlich berührt, wenn das passiert. Es könnten Fragen gestellt werden, die in einem sehr frühen Stadium zu persönlich erscheinen. Fragen über den Familienstand, Kinder, religiöse Überzeugungen und persönlichen Reichtum sind normal. Wem es unangenehm ist, solche Fragen zu beantworten, bereitet entsprechende Antworten vor. Man sollte davon absehen zu sagen, dass man Atheist ist; das ist in einer Gesellschaft, in der die Existenz einer monotheistischen Gottheit als gegeben angesehen wird, unbegreiflich.

Schlechte Nachrichten in Bezug auf Geschäftsangelegenheiten werden nur widerwillig preisgeben. Wenn dies und der natürliche arabische Hang zur Übertreibung zusammenkommen, ist es wichtig, die Dinge im richtigen Verhältnis zu betrachten, wenn man sehr positive Rückmeldungen zu einem bestimmten Angebot erhält. Arabische Geschäftspartner erscheinen in Meetings manchmal etwas aggressiv. Dabei soll das Sprechen mit ansteigender Stimme und die Wortgewandtheit sowie ein direkter Blickkontakt von Aufrichtigkeit zeugen. Es zeigt Engagement und Interesse und ist keinesfalls ein negatives Zeichen.

12. Kulturelle Besonderheiten - Einladungen

Es könnte ein hervorragendes Zeichen sein, wenn man von potentiellen Kunden in Saudi-Arabien zu einem wirklich verschwenderischen Essen eingeladen wird. Andererseits kann es sich dabei auch um eine höfliche Art handeln, die Geschäftsbeziehung zu beenden. In jedem Fall ist es in diesem Moment schwer zu sagen, um welche der beiden Möglichkeiten es sich handelt. Es ist zweifellos schwer, zu dem Punkt zu gelangen, an dem man eine ausreichend starke Beziehung mit jemandem geknüpft hat, um Geschäfte zu tätigen, bevor nicht ein gewisses Maß an Unterhaltung stattgefunden hat. Betrachten Sie diesen Prozess als wichtigen Teil des Aufbaus der Beziehung. Traditionell fand die Bewirtung in Saudi-Arabien zu Hause statt, heute geht man meist ins Restaurant.

Restaurants haben oft zwei Räume, ein Familienzimmer (Zutritt oft nur über Nachweis durch Heiratsurkunde) und einen für Männer reservierten Raum. Alleinreisenden Frauen wird oft gestattet, im Familienzimmer zu essen. Seien Sie auf große Festessen mit Unmengen von Speisen vorbereitet, ohne Alkohol, denn der ist nicht erlaubt aus religiösen Gründen. Gegessen wird immer mit der rechten Hand, auch die Teller mit Essen werden nur mit dieser Hand weitergereicht, denn die linke Hand wird als unrein angesehen. Es wäre beleidigend, Essen mit der linken Hand zu reichen. Es wird häufig mit den Fingern gegessen.

Quelle: www.worldbusinessculture.com

12. Kulturelle Besonderheiten - Geschenke

Es ist nicht notwendig, Geschenke mitzubringen, wenn Sie einen Saudi-Araber besuchen weder im Büro noch zu Hause, aber Geschenke können beim Aufbau von Beziehungen nützlich sein.

Wenn Sie ein Geschenk überreichen, wird es wahrscheinlich nicht in Ihrem Beisein ausgepackt.

Wenn Sie Geschenke machen, beachten Sie die muslimischen Empfindlichkeiten und vermeiden Sie Alkohol, Schweinefleisch, Schweinsleder, Messer, Parfüms mit Alkohol sowie erotische Darstellungen.

Vermeiden Sie es im Hause Ihres Gastgebers Gegenstände zu bewundern, sonst fühlt er sich verpflichtet, Ihnen diese schenken zu müssen.

Quelle: www.iranee.de, www.worldbusinessculture.com

13. Öffnungszeiten und Feiertage

Geschäftszeiten: Samstag-Mittwoch: 10.00 bis 24.00 Uhr, Freitags: 16.00 bis 22.00 Uhr; während der Gebetszeiten geschlossen.

Behörden und Ämter: Samstag-Mittwoch: 7.30 bis 14.30 Uhr

Firmenbüros: Samstag-Mittwoch: 8.00 bis 19.30 Uhr; verschiedene Büros und Banken sind mittags von 12.00 bis 16.30 Uhr geschlossen.

Der Donnerstag und Freitag entspricht unserem Wochenende! Während des Ramadans kommen Geschäfts-, Banken- und Behördenaktivitäten fast zum Stillstand. Die täglichen Gebetszeiten finden sich in den englischsprachigen Zeitungen.

Feiertage 2008:

1. – 26. September: Ramadan*, 23. September: Nationalfeiertag (nicht arbeitsfrei), 27. September bis 6. Oktober: Eid al Fitr (Fest des Fastenbreches am Ende des Ramadan), 4. bis 13. Dezember*: Eid Al Adha (Islamisches Opferfest-Pilgerzeit).

Die islamische Zeitrechnung beginnt mit dem 1. Muharram 1 AH (16. Juli 622), dem Datum der Auswanderung des Religionsstifters Muhammed aus Mekka. Der islamische Kalender rechnet nach Mondjahren. Da diese um 22 Tage kürzer als die des Sonnenkalenders sind, wandern die Feiertage im Laufe der Jahrzehnte durchs Sonnenkalenderjahr bis sie wieder im gleichen Monat angekommen sind. Der Fastenmonat Ramadan kann daher zu allen Jahreszeiten stattfinden.

Quelle: www.auwi-bayern.de, www.sagia.gov.sa, www.wikipedia.de



14. Passformbesonderheiten

Es liegen keine Untersuchungen zu Passformabweichungen vor.



15. Handlungsempfehlungen zum Markteintritt

Fast alle Minister und der überwiegende Teil der Wirtschaftsführer sind deutschfreundlich; im Sprachgebrauch wird ein gutes Produkt unabhängig von seiner Herkunft zum Teil als „deutsches“ Produkt bezeichnet. Deutsche Unternehmen, die sich der Mühe der Markterschließung unterziehen, können mit beträchtlichem Erfolg rechnen. Viele im Lande vertretene deutsche Firmen haben zweistellige Zuwachsraten. Die deutsche Wirtschaft hat in Saudi- Arabien große, bisher aber nur unzureichend genutzte Chancen.

Die wirtschaftliche Zusammenarbeit mit Saudi Arabien wird aber von Wirtschaftsexperten häufig als problematisch eingestuft. So werden in einer Studie der FAZ über Kooperationen von Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum in Joint Ventures mit saudischen Geschäftspartnern folgende Problembereiche gesehen: Papierkrieg mit den saudischen Behörden, die starke staatliche Regulierung sowie die Saudisierung. Engpässe gibt es auch bei der Personalbeschaffung, der mangelnden Ausbildung der Arbeitskräfte, dem Zugang zu Exportmärkten, den Importvorschriften sowie der Besteuerung. Einige Firmen haben daher als Ausgangsbasis die Freihandelszonen der VAE gewählt, was aber wieder andere Probleme nach sich zieht.

Tatsächlich bedarf es einer intensiven Vorbereitung bis Geschäftsaktivitäten in der Golfregion durchgeführt werden können. Persönliche Beziehungen auf Entscheidungsebene müssen aufgebaut und gepflegt werden, damit daraus dauerhafte Geschäftsbeziehungen entstehen können.

Quelle: www.imove-germany.de, www.faz.net, www.iranee.de

15. Handlungsempfehlungen zum Markteintritt

Aufgrund der großen kulturellen Unterschiede und dem starken Einfluss des Islam muss eine Anpassung der eigenen Werbestrategie vorgenommen werden oder diese neu konzipiert werden. Der arabische Werbemarkt hat in den vergangenen Jahren beachtliche Zuwachsraten erzielt. In Saudi-Arabien haben sich die Ausgaben für Werbung bis auf das 20-fache erhöht. Als Werbeträger werden Printmedien, Prospekte und Kataloge sowie Außenwerbeträger besonders bevorzugt (unbedingt auch in arabischer Sprache).

Prägend für die Medienlandschaft in den arabischen Ländern ist der große Videomarkt, der weltweit an zweiter Stelle hinter den USA steht; entstanden ist dieser vor allem durch die fast völlig fehlenden Kinos. Fernsehen, Radios, Direct-Mailing können je nach Bedarf auch als Werbeträger eingesetzt werden. Das Internet wird noch in begrenztem Maße als Werbemedium eingesetzt und dient bisher eher Präsentationszwecken. Die Werbegestaltung sollte moderat bleiben und die Werbeaussagen mehr auf den Nutzen als auf technische Details abgestellt sein.

Um "falsche Werbebotschaften" zu vermeiden, sollten vor allem Neulinge die professionellen Dienste einer der vor Ort vertretenen weltweit tätigen Werbeagenturen oder einer lokalen einheimischen Agentur in Anspruch nehmen.

Quelle: www.iranee.de

16. Marktteilnehmer vor Ort

Viele Firmen haben den Schritt nach Saudi Arabien schon gewagt, dabei vor allem die Luxuslabels mit beachtlichem Erfolg. Da es täglich neue Markteintritte gibt, sollen die hier aufgeführten Firmen nur einen Überblick geben, die Aufstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Armani, Givenchy, Hugo Boss, Ralph Lauren, Aigner, Saks Fifth Avenue, Guess, Lacoste, Eduard Dressler, D&G, Gucci, Roberto Cavalli, Prada, Kenzo, Miu Miu, Stella McCartney, van Laack, Ed Hardy, Mulberry, Louis Vuitton, Lacoste, Pierre Cardin,

Miss Sixty, Zara, Promod, Mango, Esprit, Benetton, Marks & Spencer, Monsoon, Tally Weijl, Xanaka, Vero Moda, Pimkie, Jack & Jones, Adams kids

Adidas

Palmers

Geox, TOD's, Mephisto

Quelle: GCS Internetrecherche

17. Weiterführende Informationen

Weitere Informationen bieten die Industrie- und Handelskammern an. Eine nur für Saudi Arabien zuständige IHK gibt es aber nicht. Jede Firma muss sich an die für sie zuständige IHK wenden.

<http://www.dihk.de>

Die deutsche Botschaft hat ihren Sitz in Riad:

Deutsche Botschaft Riad
P.O. Box 94001, Riyadh 11693,
Tel: 00966-1-4 88 07 00,
Fax: 00966-1-4 88 06 60
Internetseite: www.riad.diplo.de

Auch die deutschen Auslandshandelskammer hat ihren Sitz in Riad:

<http://saudiarabien.ahk.de>

Die Bundesagentur für Außenwirtschaft bietet weiterführende Informationen:

<http://www.bfai.de>



18. Weitere Ansprechpartner

- Zollfragen:
GermanFashion Modeverband
Herr RA Thomas Rasch
Tel. 0221 7744-130
- GTM Deutschland:
Fr. Silvia Jungbauer Tel: 06196 966-232
- Passformbesonderheiten:
Fr. Prof. Angela Maier
(Dekanin HS Reutlingen)
Tel: 07121 271-8000





19. Quellen

www.auswaertiges-amt.de www.dihk.de
www.bfai.de www.ghorfa.de
www.wto.org www.cds.planning.gov.sa
www.cia.gov www.sama.gov.sa
www.ixpos.de www.iranee.de
www.textination.de www.auswaertiges-amt.de
www.indexmundi.com www.kingdomcentre.com.sa
www.germanFashion.net www.tagesspiegel.de
www.wikipedia.de www.haygroup.com
www.auwi-bayern.de www.tagesschau.de
www.TWnetwork.de www.faz.net
www.worldbusinessculture.com



20. Kontakt

Erstellt im Auftrag von:

Netzwerk Bekleidung & Mode NRW

Ansprechpartner: Herr Detlef Braun

Am Falder 4

40589 Düsseldorf

Tel.: 0211-3023730

Fax: 0211-3023731

Mail: d.braun@netzwerk-bekleidung.de
i.daniel@netzwerk-bekleidung.de

durch

GCS Gesellschaft für Consulting und Synergie mbH

Ansprechpartner: Herr Andreas Schneider

Lochhamer Str. 13

82152 Martinsried

Mail: a.schneider@gcs-consulting.de

gefördert durch

Ministerium für Wirtschaft,
Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



in Zusammenarbeit mit

ZiTex.
Zukunftsinitiative Textil NRW

