

# Basisinformation Bekleidungsindustrie

## Exportmarkt

### Vereinigte Arabische Emirate



Düsseldorf, Februar 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 die Vereinigten Arabischen Emirate als Exportland für ihre Firma interessant sind. Sie ersetzt aber keine vertiefende Analyse, die für eine profunde Exportstrategie von Unternehmen 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](mailto:d.braun@netzwerk-bekleidung.de)

Düsseldorf, Februar 2008



# Inhalt

1. Kurzdossier: Vereinigte Arabische Emirate
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: Vereinigte Arabische Emirate

<b>Fläche</b>	77.700 km <sup>2</sup>
<b>Hauptstadt</b>	Abu Dhabi
<b>Einwohner</b>	4.320.000 (rund 78% Ausländer)
<b>Bevölkerungsdichte</b>	55,6 Einwohner pro km <sup>2</sup>
<b>Landessprache</b>	Arabisch
<b>Religionen</b>	96 % Muslime, davon 16 % schiitischer Richtung. 3 % sind Christen.
<b>Staatsform</b>	Föderation von sieben autonomen Emiraten/konstitutionelle Monarchie.
<b>Verwaltungsstruktur</b>	Administrativ sind die VAE in die Emirate Abu Dhabi, Dubai, Schardscha, Adschman, Umm al-Qaiwain, Ra's al-Chaima und Fudschaira aufgeteilt, die die Föderation bilden.

Quelle: [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

## 2. Wirtschaftskennzahlen

Die VAE gehören zu den ölreichsten Staaten der Erde; das BIP pro Kopf gehört zu den höchsten der Welt. Die wirtschaftlichen Unterschiede zwischen den Emiraten sind jedoch extrem, da nur drei der sieben Emirate Erdöl fördern. Das Emirat Abu Dhabi, das größte und mit Abstand reichste der Vereinigten Arabischen Emirate (VAE), erwartet in den nächsten 23 Jahren eine Verdreifachung seiner Wirtschaftskraft.

Zur Arbeitslosigkeit gibt es keine offiziellen Angaben, es herrscht Vollbeschäftigung. Jedoch wird von einer steigenden Arbeitslosigkeit unter der einheimischen Bevölkerung ausgegangen.

	2004	2005	2006	2007
BIP (Mrd. US\$)	57,7	63,7	115,8	129,5
BIP pro Kopf (US\$)	23.200	25.200	45.200	49.700
BIP Wachstum %	5,2	5,7	8,8	8,9
Inflationsrate %	3,2	3,2	10,5	10,0
Arbeitslosenquote %	k.a	k.a	k.a	k.a

Quelle: [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com), [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

Die VAE sind Deutschland wichtigster arabischer Wirtschaftspartner. Deutsche Exporte von 5,4 Mrd. Euro (+25 %) machten 2006 erneut zu einem Erfolgsjahr. Der Außenhandel mit den VAE wurde durch den starken Euro offenbar nur unwesentlich gebremst und liegt über dem Trend der deutschen Gesamtexporte. Für die deutsche Außenwirtschaft ist die Bedeutung der VAE vergleichbar mit Hongkong oder Singapur.

<b>Außenhandel</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Import (Mrd. US\$)	37,2	45,7	60,2	88,9
Export (Mrd. US\$)	56,7	69,5	103,1	137,1
Import Bekleidung aus Deutschland (Tsd. €)	12.861 (+10,8%)	20.125 (+56,48%)	20.696 (+2,8%)	k.a.
Export Bekleidung nach Deutschland (Tsd. €)	k.a.	14.130 (-43.3%)	14.444 (+2,2%)	k.a.

Quelle: [www.indexmundi.de](http://www.indexmundi.de), Statistisches Bundesamt über GermanFashion, Der Fischer Weltalmanach 2007

### 3. Bevölkerungsentwicklung

Die VAE haben mit 3,99 % das zweitgrößte Bevölkerungswachstum der Welt. Die sehr große Steigerung im Jahr 2007 kommt daher, dass die Zuwanderung an Arbeitsemigranten deutlicher höher ausfiel als bei der letzten Volkszählung im Jahr 2005 geschätzt. Die VAE haben einen ungewöhnlichen Bevölkerungsaufbau, welcher zu drei Vierteln aus Arbeitsemigranten ("expatriates" genannt) besteht. Die Bevölkerung der Stadt Abu Dhabi sowie ihres direkten Einzugsbereichs soll bis 2030 von derzeit 930.000 auf über 3,1 Mio. wachsen. Der Strom der Besucher wird gleichzeitig von derzeit jährlich 1,8 Mio. auf 7,9 Mio. steigen, sagen die Autoren von "Abu Dhabi 2030" voraus.

Jahr	Bevölkerung	Rang	Änderung
2003	2.484.818	138	k.a.
2004	2.563.212	138	3,15%
2005	2.563.212	138	0,00%
2006	2.602.713	138	1,54%
2007	4.444.011	120	70,75%

Quelle: [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com), [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

## 4. Klimaregionen

Die VAE sind fast vollständig von trockener Sandwüste bedeckt; über zwei Drittel des Landes werden von den nördlichen Ausläufern der Großen Arabischen Wüste bedeckt. Das Klima ist subtropisch bis tropisch mit sehr geringen Jahresniederschlägen, die meist im Winter fallen; häufig verdunstet der Regen, bevor er den Boden erreicht. Von Mai bis Oktober ist es extrem schwül. Vor allem im Winter und Frühsommer weht der Shamal, ein Nordwestwind, der viel Sand und Staub mit sich bringt. Im Inland herrscht trockenes Wüstenklima.

Durchschnittliche Temperaturen von Januar - Dezember

Monat	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
min. Temp. °C	12	13	16	19	22	24	28	28	25	21	18	14
max. Temp. °C	24	24	28	32	34	37	39	39	38	34	31	26
Feuchtigkeit %	74	71	71	60	64	64	65	66	64	64	63	76
Regentage	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3

Quelle: [www.ipicture.de](http://www.ipicture.de)



## 5. Verteilung der Kaufkraft

Die VAE sind ein kleiner, aber kaufkräftiger Markt. Mit einem BIP pro Kopf von rund 30.000 US\$ gehört das Land zu den wohlhabenden Staaten der Erde, hat jedoch nur etwas über 4 Mio. Einwohner. Wachstumsraten von real 7% bis 8% lassen die Konsumnachfrage in den VAE rasch steigen. Hinzu kommen die Ausgaben der wachsenden Zahl von Touristen und Messebesuchern.

Die Inflationsrate in den VAE, schon 2005 auf ca. 4% gestiegen, lag 2006 bei 10,5%. Verantwortlich sind für die relativ hohe Preissteigerungsrate vor allem die stark anziehenden Immobilienpreise. Mietkosten haben sich in manchen Fällen um bis zu 40% im Jahr erhöht. Das Emirat Dubai, wo von 2004 bis 2006 ein durchschnittlicher Anstieg um 60% zu beobachten war, hat inzwischen eine zulässige Obergrenze von 15% eingeführt, an die sich aber nicht immer gehalten wird. Die erhöhten Wohnkosten mindern tendenziell die für andere Konsumausgaben zur Verfügung stehenden Mittel.

Nach Kaufkraft und Konsumverhalten setzt sich die Bevölkerung der VAE aus sehr unterschiedlichen Gruppen zusammen. Vereinfachend lassen sich vier Typen von Konsumenten unterscheiden: Nur etwa 20% der Bewohner sind **einheimische Emirater**, die über die durchschnittlich höchsten Einkommen verfügen. Sie sind in den meisten Fällen eher traditionell eingestellt, jedoch gleichzeitig modernen Konsumgütern gegenüber aufgeschlossen, insbesondere wenn sie in der Lage sind, den Status des Besitzers zu erhöhen.

Ebenfalls zahlungskräftig sind **ausländische Spezialisten**, die in nicht geringer Zahl für das Funktionieren der Wirtschaft in den VAE sorgen. Ihre Konsummuster folgen denen der meist westlichen Heimatstaaten.

Die Mehrheit der Arbeitnehmer besteht aus **Gastarbeitern**, zumeist aus südasiatischen, daneben auch aus verschiedenen arabischen Ländern. Sie arbeiten überwiegend als Arbeiter oder Angestellte in einfachen Dienstleistungsberufen. Ihre Einkommen sind zwar im Vergleich zu den in den Heimatländern erzielbaren Löhnen recht gut, im Spektrum der VAE jedoch deutlich geringer als jene der ersten beiden Gruppen. Da sie in vielen Fällen einen Teil ihres Lohnes in die Herkunftsländer schicken, bleibt zum Konsum vor Ort oft nur recht wenig Geld übrig.

Schließlich stellen **Touristen, Geschäftsreisende** und **Messebesucher** eine nicht zu unterschätzende Kundengruppe dar. Die Gesamtausgaben der Besucher der VAE betragen im Jahr 2005 etwa 1,7 Mrd. US\$. Veranstaltungen wie das jährlich in Dubai stattfindende Shopping Festival oder an Messen angeschlossene Verkaufsschauen wie die Gitex Shopper anlässlich der Computer- und Telekommunikationsmesse Gitex in Dubai unterstreichen die Rolle des Einkaufstourismus.

Quelle: [www.bfai.de](http://www.bfai.de)

Die sieben Teilstaaten der VAE unterscheiden sich erheblich bezüglich ihrer Fläche, Einwohnerzahl und Wirtschaftskraft. Über die Hälfte des BIP wird im ölfreuen Abu Dhabi erwirtschaftet, ein weiteres Drittel entfällt auf Dubai. Dort liegen auch die Durchschnittseinkommen höher. Trotz intensiver Bemühungen und auch Erfolgen beim Ausbau der eigenen Wirtschaft, müssen sich die kleinen nördlichen Emirate mit Nischen in der Industrie und im Tourismus begnügen. Sharjah und Ajman haben zudem die Funktion von preiswerteren Wohnvororten für die Handelsmetropole Dubai.

<b>Emirat Bevölkerung 2005</b>	<b>Bevölkerung 2005</b>	<b>Anteil am BIP (in %)</b>	<b>BIP pro Kopf (in US\$)</b>
Abu Dhabi	1.292.119	56,2	35.026
Dubai	1.200.309	30,8	24.708
Sharjah	724.859	7,9	12.226
Ras Al-Khaimah	197.571	2	10.413
Fujairah	118.617	1,2	10.283
Ajman	189.859	1,4	5.505
Umm Al-Quwain	45.756	0,4	7.008
Zusammen	3.769.080	100	24.229
Nicht zugeordnete Personen	335.615	-	-
Insgesamt	4.104.695	100	24.229

Quelle: UAE Census 2005, IWF, BIP-Angaben von 2004

## 6. Privater Konsum

Shopping ist eine beliebte Freizeitbeschäftigung der arabischen Frauen und vieler westlicher Frauen, deren Männer als ausländische Spezialisten sechs Tage die Woche à 10 Stunden arbeiten. Auch unter Touristen und Messebesuchern wird Shopping als Event verstanden, sind doch viele Produkte auf Grund der niedrigen oder fehlenden Steuern günstiger als im Herstellungsland. Zahlreiche klimatisierte, z.T. sehr luxuriöse Shopping Malls, ermöglichen es trotz der großen Hitze, entspannt einkaufen zu gehen. Die Ansprüche an den Service sind generell sehr hoch. Personal steht reichlich zur Verfügung, Bedienung und Handreichungen sind zahlreich und werden, auch aus Statusgründen, von vielen Kunden vorausgesetzt. Da fast alle Erledigungen mit dem Auto getätigt werden, werden Parkmöglichkeiten erwartet.

Der Anteil der privaten Konsumausgaben am Bruttoinlandsprodukt beträgt ca. 50%. Die Konsumausgaben pro Kopf gibt das Wirtschaftsministerium für 2005 mit 17.800 US\$ an. Eine Folge der Einwohnerstruktur der VAE ist ein in den verschiedenen Bevölkerungsgruppen extrem abweichender Altersaufbau. Während über die Hälfte der Einheimischen unter 20 Jahre alt sind, gibt es unter der ausländischen Bevölkerung der Emirate nur wenige Kinder und kaum Personen im Rentenalter. Hier dominieren Alleinstehende oder ohne ihre Familie in den VAE Lebende im mittleren Lebensalter. Der Anteil der über 60jährigen ist mit 1,6% auch insgesamt sehr gering.

Quelle: [www.bfai.de](http://www.bfai.de)



Sollte das derzeitige Einkommensniveau pro Kopf gehalten werden können, so ist von einer weiteren deutlichen Zunahme des Konsums von Luxusgütern auszugehen. Eine Besonderheit des Marktes ist, dass schon die Altersgruppe der 20 bis 40jährigen Produkte aus dem oberen Preissegment nachfragt während der überwiegende Teil der Kunden in Europa über 40 Jahre alt ist. Der Bevölkerungsanteil der Ausländer hängt stark von den Wachstumsraten der Wirtschaft einerseits und den Notwendigkeiten des Arbeitsmarktes andererseits ab. Im Trend dürfte er aber langsam zurückgehen.

Quelle: [www.bfai.de](http://www.bfai.de)

**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



Zur Struktur der Konsumausgaben der Haushalte liegt eine Studie der Handelskammer des Emirates Abu Dhabi vor. Demnach hat ein Haushalt monatlich rund 4400 US\$ zur Verfügung, die wie folgt ausgegeben werden:

**Struktur der Konsumausgaben der privaten Haushalte in Abu Dhabi 2005 (Ausgaben pro Monat in US\$)**

Wohnraum, Energie und Wasser	1365,00
Nahrungsmittel	837,00
Verkehr, Kommunikation	754,00
Kleidung und Schuhe	433,00
Möbel, Haushaltsgeräte	402,00
Bildung	250,00
Kosmetika	210,00
Medizinische Versorgung	84,00
Sonstige Konsumausgaben	84,00

Quelle: [www.bfai.de](http://www.bfai.de)

Die Studie differenziert weiter nach Bevölkerungsgruppen (Staatsbürger und Nichtstaatsbürger). Ins Auge fällt der wesentlich höhere Anteil, den Nichtstaatsbürger für das Wohnen ausgeben; in den meisten Fällen sind ihre Unterkünfte zu sehr hohen Mietpreisen gemietet. Die höhere Kinderzahl der Einheimischen kann zur Erklärung des bei ihnen höheren Anteils der Ausgaben für Nahrungsmittel, Kosmetika und die medizinische Versorgung beitragen. Schulen stehen den Staatsbürgern kostenlos zur Verfügung, während Ausländer Gebühren entrichten müssen. Der höhere Konsum von Luxusgütern durch Einheimische deutet sich in den höheren Anteilen der Ausgaben für Verkehr (Autos), Kleidung und Möbel an.

Angaben in %	Staatsbürger	Nichtstaatsbürger
Wohnraum, Energie und Wasser	21,88	36,72
Nahrungsmittel	18,70	17,70
Verkehr, Kommunikation	18,04	14,72
Kleidung und Schuhe	12,75	5,88
Möbel, Haushaltsgeräte	11,62	5,70
Bildung	2,62	8,45
Kosmetika	5,83	3,23
Medizinische Versorgung	4,99	3,84
Sonstige Konsumausgaben	1,56	2,11

Quelle: [www.bfai.de](http://www.bfai.de)

## 7. Deutsche Bekleidungsexporte in die VAE

Angaben in Tsd. EUR

	2004	2005	2006
Lederbekleidung	366	537	599
Arbeits- und Berufsbekleidung	83	127	138
Oberbekleidung (ohne Arbeits- u. Berufsbekleidung)	6.692	9.293	10.333
Wäsche	3.917	5.852	6.014
Bekleidung und Bekleidungszubehör, a.n.g.	1.674	4.097	2.827
Pelze und Pelzwaren	129	219	785
Veredlung von Erzeugnissen dieser Güterabteilung	0	0	0
Summe	12.861	20.125 + 56,5 %	20.696 + 2,8 %

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

**Zitex.**  
Zukunftsinvestitive Textil NRW



Gefördert durch

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





<b>Export nach Produktgruppen</b> ( Menge = Stück, Wert = Tsd. EUR)		<b>2004</b>		<b>2005</b>		<b>2006</b>	
		<b>Menge</b>	<b>Wert</b>	<b>Menge</b>	<b>Wert</b>	<b>Menge</b>	<b>Wert</b>
DOB	Mäntel, Umhänge	1.386	104	1.767	195	1.805	148
	Anoraks, Windjacken	3.777	142	4.609	195	12.213	229
	Kostüme, Kombinationen	729	117	609	134	1.598	235
	Jacken	14.070	745	18.868	1.053	21.994	1.415
	Kleider	4.583	360	6.988	493	12.415	634
	Röcke	19.390	497	22.426	634	35.332	1.055
	Hosen	51.234	901	59.239	994	63.949	1.306
	Blusen	29.767	616	49.288	806	50.386	1.091
	Unterkleider, -röcke, -hosen, -hemden	64.450	54	24.742	64	11.066	32
	Nachthemden, Schlafanzüge	2.403	30	2.685	42	604	25
	Bademäntel, Negliges	342	2	132	2	240	1
	Pullover, Strickjacken, Unterziehpullover	42.442	1.032	52.129	1.459	66.270	1.609
		Summe:	234.573	4.600	243.482	6.071	277.872
HAKA	Mäntel, Umhänge	325	38	1.357	120	499	123
	Anoraks, Windjacken	3.616	163	6.755	296	4.771	240
	Anzüge, Kombinationen	10.039	1.696	13.440	2.589	14.239	2.471
	Jacken	6.002	340	8.020	466	11.711	602
	Hosen	70.237	1.632	92.780	2.198	66.519	1.971
	Hemden	86.442	1.590	150.152	2.571	119.431	2.440
	Unterhosen, -hemden	39.808	50	71.752	160	40.215	102
	Schlafanzüge	268	3	468	4	803	7
	Bademäntel	0	0	26	1	500	6
	Pullover, Strickjacken	10.756	364	24.071	854	8.615	277
		Summe:	227.493	5.876	368.821	9.259	267.303
DOB/ HAKA	T-Shirts	400.997	1410	500.215	1.823	403.846	2.016

Quelle: Statistisches Bundesamt über German Fashion

## 8. Handelsplätze und Bekleidungsmessen

Insbesondere Dubai hat sich als Standort internationaler Fachmessen etabliert. Daneben gibt es auch internationale Ausstellungen in Abu Dhabi und Sharjah, die jedoch meist von geringerer Bedeutung sind.

Im Oktober 2008 wird es eine Kooperation der Messen DIFW und Prestige geben. Zur nächsten Prestige Dubai wird eine Beteiligung von rund 150 – 200 Marken erwartet. Im Oktober 2007 kamen 100 Aussteller (+30%) und 2.235 Einkäufer (+8%) vorwiegend aus den Vereinigten Arabischen Emiraten nach Dubai. Auch die Expo Riva Schuh plant für den Februar 2008 eine erste Messe in Sharjah mit rund 200 – 250 Ausstellern.

Datum	Ort	Veranstaltung
22.-25.10.2007	Dubai	DIFW - Dubai International Fashion Week
17.-19.02.2008	Sharjah	Expo Riva Middle East (Schuhe und Accessoires)
31.03.-02.04.2008	Dubai	MOTEXHA - Internationale Ausstellung für Mode, Accessoires und Lederwaren
17.-19.03.2008	Dubai	MOTEXHA - Internationale Ausstellung für Mode, Accessoires und Lederwaren
28.-30.10.2008	Dubai	PRESTIGE - The International Trade Fair for Upper to High End Fashion and Footwear Brands

Quelle: [www.textination.de/de/Termine/Messekalender](http://www.textination.de/de/Termine/Messekalender), [www.TWnetwork.de](http://www.TWnetwork.de)

## 9. Handelsstruktur und Distributionswege

Unschlagbar ist die strategische Lage der VAE als Schwerpunkt zwischen Europa, Afrika und Asien. Dubai gilt als der wichtigste Logistik Hub zu den Märkten der arabischen Halbinsel sowie Iran, Ostafrika und sogar Indien. Die Investitionen in den VAE bewegen sich auf sehr hohem Niveau. Der Logistiksektor führt die Investitionen noch vor dem Immobiliensektor an. Neue Flughäfen und Flughafenerweiterungen sind in allen Emiraten geplant. Allein in Dubai wird der Dubai International Airport auf bis zu 70 Mio. Passagiere jährlich erweitert und in Jebel Ali entsteht mit „Dubai World Central“ auf 140 qkm eine Logistikstadt um den größten geplanten Flughafen der Welt mit sechs Landebahnen. Auch Abu Dhabi erweitert seinen Flughafen.

Zusätzlich zum Luftverkehr wird auch in die Hafeninfrastruktur investiert. Jebel Ali (nahe Dubai) - inzwischen unter den zehn größten Containerhäfen der Welt fungierend - wird weiter ausgebaut, während Abu Dhabi einen völlig neuen Hafen plant. Die Strassen und Autobahnen befinden sich vor allem in Dubai und Abu Dhabi in hervorragendem Zustand, wenn auch sehr stark frequentiert und überlastet. Die Autobahnen sind beleuchtet und selbst in der Wüste begrünt.

Quelle: [www.bfai.de](http://www.bfai.de)

Galt der Schienenverkehr in der arabischen Welt bislang als rückständig, so wandelt sich die Einstellung: Das Bild vom langsamen D-Zug weicht dem eines deutschen ICE. Straßen- und U-Bahnen werden nicht mehr mit London, sondern mit Singapur oder Bangkok assoziiert: Moderne klimatisierte Nahverkehrszüge und Bahnen, die von eleganten vollklimatisierten Stationen mit Geschäften und Dienstleistungsanbietern abfahren.

Die Stadtplanung „Abu Dhabi 2030“ sieht vor, dass die Verkaufsflächen im Einzelhandel in Abu Dhabi von 0,9 Mio. in 2007 qm auf 4,0 Mio. qm in 2030 ansteigen werden. Dabei ist dies als eine Obergrenze zu verstehen, mehr werden nicht genehmigt werden.

Die Übernahme einer Handelsvertretung ist ausschließlich Staatsangehörigen der VAE oder Gesellschaften, die zu 100% von VAE-Staatsangehörigen gehalten werden, vorbehalten. Es ist zu beachten, dass der Vertreter in den VAE über eine starke Rechtsposition verfügt. Besonders die Kündigung eines einmal registrierten Vertreters kann sich als äußerst schwierig erweisen und mit langwierigen Gerichtsverfahren verbunden sein. Bevor ein Vertrag geschlossen wird, sollte deshalb jedes Unternehmen mehrere Kandidaten gründlich prüfen. Niemals sollten übereilt aus einem guten Gefühl heraus Vereinbarungen getroffen werden. Deshalb sollte vor Vertragsabschluß der Kontakt zu einem Rechtsanwalt und zur im jeweiligen Emirat ansässigen Industrie- und Handelskammer gesucht werden.

Quelle: [www.auwi-bayern.de](http://www.auwi-bayern.de), [www.bfai.de](http://www.bfai.de), [www.ghorfa.de](http://www.ghorfa.de)

In den Freihandelszonen Dubais und der nördlichen Emirate und den Specialized Economic Zones des Emirates Abu Dhabi (insgesamt 22) ist die Gründung 100-prozentiger Tochterunternehmen ausländischer Firmen möglich. Man benötigt also keinen lokalen Partner oder Sponsor, sondern kann als ausländischer Investor eigene Handels-, Dienstleistungs- oder Produktionsniederlassungen gründen. Die rechtliche Eigenständigkeit sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass aktive Partnerschaften mit lokalen Unternehmen wichtig sind. Nahezu alle Freihandelszonen bieten folgende Investitionsanreize: 100 Prozent ausländische Beteiligung an Kapitalgesellschaften, freier Kapital- und Gewinntransfer, kein Importzoll, moderne Kommunikationseinrichtungen, günstige Energiepreise, umfassende Dienstleistungsangebote, gute Infrastruktur und Personalunterbringungsmöglichkeiten auf dem Gelände. Im Unterschied hierzu ist bei Unternehmensgründungen außerhalb der Freihandelszone die 51-prozentige Beteiligung eines VAE-Staatsangehörigen beziehungsweise einer voll in nationalem Besitz befindlichen juristischen Person vorgeschrieben. Diese Regelung soll noch in diesem Jahr durch ein neues und wesentlich liberaleres Investitionsgesetz abgelöst werden.

Interessierte Unternehmen sollten sich ausführlich über die richtige Rechtsform und den Standort einer möglichen Niederlassung beraten lassen.

Quelle: [www.frankfurt-main.ihk.de](http://www.frankfurt-main.ihk.de)

## 10. Besonderheiten Zoll und Warenversand

Die VAE haben mit Staaten der Arabischen Liga (Ägypten, Algerien, Bahrain, Dschibuti, Irak, Jemen, Jordanien, Katar, Komoren, Kuwait, Libanon, Libyen, Marokko, Mauretanien, Oman, Palästina, Somalia, Sudan, Syrien, Tunesien und Saudi-Arabien) Freihandelsabkommen abgeschlossen. Bei der Einfuhr von Waren aus diesen Staaten werden Zollpräferenzen gewährt. Ein Abkommen mit den USA ist in Vorbereitung. Mit der EU wurde bislang kein Freihandelsabkommen abgeschlossen. Entsprechende Verhandlungen dauern an. Mit einem Vertragsabschluss ist kurzfristig nicht zu rechnen. Der Einfuhrzoll beträgt seit Gründung der GCC-Zollunion Anfang Januar 2003 im Allgemeinen 5% für die gesamten VAE. Bemessungsgrundlage ist der cif-Wert (Warenwert + Versicherungskosten + Frachtkosten). Der Einführer der Ware bzw. dessen Vertreter muss inlandsansässig, für den Handel mit bestimmten Waren zugelassen (Trade Licence) und beim Zoll als Importeur registriert sein (Importer Code). Er hat spätestens zehn Tage nach Eintreffen der Waren die Zollanmeldung vorzunehmen. Teilweise ist eine elektronische Vorabmeldung möglich. Die Angaben der Zollanmeldung sind durch in Deutschland bescheinigte und legalisierte Originaldokumente nachzuweisen.

Eine Mehrwertsteuer gibt es zur Zeit noch nicht, auch wenn eine Einführung immer wieder diskutiert wird.

Quelle: [www.auwi-bayern.de](http://www.auwi-bayern.de), [www.bfai.de](http://www.bfai.de)

Wird die Ware nicht rechtzeitig an den entsprechenden Häfen oder Flughäfen abgenommen, fallen Lagergebühren ab dem 20. bzw. 30. Tag an (Abu Dhabi Flughafen bereits ab dem 7. Tag). Die Ware wird nach nicht erfolgter Abnahme innerhalb von 6 Monaten (Abu Dhabi Hafen 12 Monate) versteigert.

### **Begleitpapiere für den Export :**

Handelsfaktura, vierfach

Ursprungszeugnis, dreifach (Ursprungsvermerk auf der Faktura genügt nicht!)

Konnossement, dreifach (Englisch)

Packlisten mit Gewichtsangabe

Versicherungszertifikate

Am Schluss der Handelsrechnung ist vom Exporteur folgende, rechtsverbindlich zu unterschreibende Erklärung abzugeben: „We hereby declare that the mentioned merchandise is being exported for our own account. The goods are of pure German origin.“ Stammt die Ware aus einem anderen oder mehreren Ländern, müssen diese in der Klausel aufgeführt werden. Falls der Importeur noch eine Herstellerangabe vorschreibt, ist die Erklärung zu ergänzen durch: “The goods are manufactured by....”

Quelle: [www.auwi-bayern.de](http://www.auwi-bayern.de)

## **Wichtig:**

Bei jedem Export sollte der Importeur gebeten werden, bei seiner Zollstelle zu erfragen, welche Dokumente in welcher Anzahl zu legalisieren sind, denn nur dann ist es dem Exporteur möglich, bei der Beantragung der Legalisierung korrekte Angaben zu machen. Handelsrechnungen, Herstellererklärungen und Ursprungszeugnisse müssen zunächst von der zuständigen IHK bescheinigt werden. Die Dokumente sind zweifach einzureichen. Das Original wird von der IHK bescheinigt und an den Exporteur zurückgesandt. Das Zweitexemplar wird einbehalten. Der Exporteur hat die von der IHK bescheinigten Dokumente zusammen mit je einer Kopie des Frachtbriefes und der Versicherungspolice sowie den erforderlichen Zertifikaten (einfach) mit einem Formbegleitschreiben per Einschreiben an die Arabisch-Deutsche Vereinigung für Handel und Industrie e.V. (GHORFA) zu übermitteln. Vor Absendung des Begleitschreibens sind die Gebühren zu entrichten sowohl an die GHORFA (per Verrechnungsscheck oder Überweisung) als auch an die Botschaft der Vereinigten Arabischen Emirate (nur per Verrechnungsscheck oder in bar). Überweisungs- und Zahlungsbelege für beide Zahlungen sind dem Begleitschreiben beizufügen. Die GHORFA führt die Vorbeglaubigung durch und leitet die Dokumente an die Konsularabteilung der Botschaft weiter. Die Konsularabteilung legalisiert die Dokumente, behält je eine Kopie ein und sendet die legalisierten Dokumente an den Exporteur zurück.

Quelle: [www.bfai.de](http://www.bfai.de)





## 11. Zahlungsmoral

Auf ein bestätigtes, unwiderrufliches Akkreditiv sollte selbst bei relativ kleinen Lieferungen bestanden werden. Von Lieferungen auf Akkreditiv-Basis sollte nur abgegangen werden, wenn bereits über einen längeren Zeitraum zufriedenstellende Geschäftsbeziehungen bestehen und der finanzielle Hintergrund des Abnehmers genauestens bekannt ist.

Quelle: [www.auwi-bayern.de](http://www.auwi-bayern.de)

**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



## 12. Kulturelle Besonderheiten

Die Vereinigten Arabischen Emirate sind ein muslimisches Land. Passen Sie Kleidung und Verhalten den lokalen Gepflogenheiten sowie den religiösen Empfindungen an. Abfällige Bemerkungen über die Herrscherfamilie oder den Islam sind unbedingt zu unterlassen.

Männer werden mit Händedruck begrüßt, Frauen nur mit Kopfnicken. Körperkontakt und direkter Blickkontakt mit Frauen werden vermieden, sie sind aber als Geschäftspartner voll anerkannt. Reisen Frauen mit ihrem Partner, wird die Frau aus Respekt vor dem Ehemann nicht direkt angesprochen werden.

Arabische Geschäftspartner erwarten, dass ihr Gegenüber als Zeichen der Anerkennung sein Wertvollstes gibt: Seine Zeit und ungeteilte Aufmerksamkeit. Entscheidungen können sich über mehrere Jahre hinziehen, dies ist Teil der Geschäftsstrategie, ein Drängen auf Abschlüsse gilt als unhöflich.

Auf arabischer Seite führt der Chef stets die Verhandlungsgespräche und erwartet dies auch von seinem Partner.

Billige Kleidung sollte vermieden werden: Reichtum gehört im arabischen Raum zur indirekten Kommunikation mit einer simplen Gleichung: Kein Luxus = kein Status.

Quelle: [www.cross-cultures.de](http://www.cross-cultures.de), Wirtschaftswoche Nr. 24/2006



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.

Nein zu sagen ist unüblich, einen Wunsch abzuschlagen gilt als sehr unhöflich. Es gibt selten direkte Antworten. Wenn ein Araber „Ja“ sagt, meint er eher „Vielleicht“, wenn er „Vielleicht“ sagt, meint er „Nein“, wenn er „Nein“ sagt, ist er undiplomatisch.

Visitenkarten sollten zweiseitig (englisch/arabisch) übergeben werden.

Zum längeren Aufenthalt in den VAE bedarf es eines Bürgen. Dies kann zum einen der Arbeitgeber in den VAE sein oder aber der Ehepartner, der für seine Familie bürgt, dass diese keine Ansprüche gegenüber den Emiraten stellen wird. Bürgen können auch wichtige und angesehenen Personen sein.

Die Verbreitung von Informationen unterliegen der Zensur (Zeitschriften, Werbeprospekte, VoIP-Installationen wie Skype funktionieren nicht, da Etisalat das Protokoll filtert und VoIP verbietet.) Die VPN-Netzwerke von Firmen unterliegen keiner Zensur.

Quelle: [www.cross-cultures.de](http://www.cross-cultures.de), [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)



## 13. Öffnungszeiten und Feiertage

**Behörden und Ämter:** Samstag-Mittwoch: 7.30 bis 14.00 Uhr (Vor 8.30 Uhr ist kaum einer der höheren Beamten zu sprechen. Während des Ramadans wird vielfach nur von 9.00 bis 13.00 Uhr gearbeitet.)

**Firmenbüros:** Samstag-Mittwoch: 8.00 bis 13.00 Uhr, bzw. 16.00 bis 19.00 Uhr, Donnerstag 8.00 bis 13.00 Uhr. Viele private Unternehmen gehen aber in letzter Zeit dazu über, das 2 Tage Wochenende einzuführen. In Abu Dhabi und Dubai gilt nun ein einheitliches Wochenende, Freitag – Sonnabend.

**Der Freitag entspricht unserem Sonntag und ist der Wochenfeiertag! Oftmals ist der Samstag auch noch frei.**

### Feiertage 2007:

01. Januar Neujahrstag, 21. Januar\* Islamisches Neujahr, 29. März\* Geburtstag des Propheten, 09. August\* Himmelfahrt des Propheten, 13.- 15. Oktober\* Eid al Fitr (Fest des Fastenbreches am Ende des Ramadan), 02.- 03. Dezember Gründungstag/Unabhängigkeitstag der VAE, 21.- 22. Dezember\* Eid Al Adha (Islamisches Opferfest).

\*) Die mit Stern gekennzeichneten Feiertage können sich, je nach Mond, um 1 bis 2 Tage nach vorne oder hinten verschieben. Die islamischen Feiertage werden nach dem Hijra- (Mond-) Kalender festgelegt und verschieben sich gegenüber dem Gregorianischen Kalender jährlich um ca. elf Tage nach vorn.

Quelle: [www.auwi-bayern.de](http://www.auwi-bayern.de)



## 14. Passformbesonderheiten

Es liegen keine Untersuchungen zu Passformabweichungen vor.



## 15. Handlungsempfehlungen zum Markteintritt

Das Geschäftspotenzial in den Arabischen Golfstaaten lässt sich beschreiben mit „Alles ist möglich“. Gleichzeitig gilt die Geschäftsmentalität „Als Allah die Zeit schuf, schuf er sie reichlich“. Tatsächlich bedarf es einer intensiven Vorbereitung bis Geschäftsaktivitäten in der Golfregion durchgeführt werden können. Handelsgeschäfte werden in der Golfregion nach traditionellem Verständnis als Übereinkünfte zwischen Personen und weniger zwischen Firmen verstanden. Dem Geschäft geht also das persönliche Kennenlernen voraus. Endziel ist der Aufbau einer dauerhaften Geschäftsbeziehung, Kontinuität steht für Verlässlichkeit. Die Phase der Kontaktabahnung ist als stufenweiser Prozess zum Aufbau einer Vertrauensbasis zu verstehen, die erst die Voraussetzung zu ernsthaften Verhandlungen ist. Ist diese hergestellt, können die produkt-spezifischen Fragen konkret angegangen werden. Die professionelle Präsentation der eigenen Person und des Unternehmens sowie ein erstklassiges Marketing sind unabdingbare, selbstverständliche Voraussetzung für Geschäfte mit arabischen Partnern. Darüber hinaus sind persönliche Beziehungen auf Entscheidungsebene, Präsenz vor Ort und jede Menge Zeit und Geduld entscheidende Faktoren zum Erfolg in den Golfstaaten. Der beste Weg für eine erste Marktbeobachtung bzw. Kontaktaufnahme zu potenziellen Kunden oder Partnern besteht in der Teilnahme an einer offiziellen Delegationsreise oder einer Messeveranstaltung in den VAE. Auch die Kenntnis der aus dem Islam abgeleiteten Handlungsvorschriften für Muslime, etwa das Verbot von Schweinefleisch und Alkohol, hilft, die typischen Fauxpas` im Umgang mit muslimischen Geschäftspartnern zu vermeiden.

Quelle: [www.imove-germany.de](http://www.imove-germany.de), [www.cross-cultures.de](http://www.cross-cultures.de)

Technologie und Qualität stehen ganz oben in der Prioritätenliste, wenn es um die Auswahl der Ware geht; je näher der Abschluss rückt, desto wichtiger wird jedoch der Preis. Deutsche Produkte sind in den meisten Fällen teurer als Konkurrenzwaren aus anderen Ländern. Es ist daher unumgänglich, an das Qualitätsbewusstsein der Kunden in den VAE zu appellieren, was durchaus Erfolg versprechend ist, da die Emirater in der Regel immer das Beste haben wollen und darüber hinaus deutschen Produkten überaus positiv gegenüber treten. Der zu erzielende Mehrpreis bewegt sich in günstigen Fällen bei 15 bis 20%. Andererseits bringt es das große Angebot am Handelsplatz Dubai mit sich, dass detaillierte Vergleiche angestellt werden und dabei auch sehr genau auf den Preis geschaut wird. Verstärkt wird diese Tendenz durch die jahrhundertealte Tradition der Golfaraber als Händler: Es wird erwartet, dass Verhandlungsspielraum besteht. Preislisten sollten daher von vornherein um ca. 10 bis 25% höher abgefasst werden, um hier genügend Spielraum für Nachlässe zu haben. Auch Zeit sollte ausreichend zur Verfügung stehen, denn wird schon in der Anfangsphase der Verhandlungen ein Rabatt gewährt, geht der arabische Partner davon aus, dass im Laufe der Gespräche noch mehr "drin ist".

Der wichtigste Erfolgsfaktor für einen erfolgreichen Marktzugang ist die Präsenz vor Ort. Hierzu wählt man die Form einer eigenen Repräsentanz oder arbeitet mit einem geeigneten lokalen Vertreter zusammen.

Etiketten, Verpackung und Werbung sollten neben dem als Geschäftssprache üblichen Englisch auch arabische Beschriftungen ausweisen. Eben solche Sorgfalt sollte auf religiös bedingte Erwartungen und Empfindlichkeiten gelegt werden.

Quellen: [www.bfai.de](http://www.bfai.de); [www.frankfurt-main.ihk.de](http://www.frankfurt-main.ihk.de)

## 16. Marktteilnehmer vor Ort

Viele Firmen haben den Schritt in die VAE 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 ist nicht vollständig.

Chanel, Max Mara, Aigner, Dior, Hermès, Saks Fifth Avenue, Lois Vuitton, Valentino, Cartier, Christian Lacroix, Etro, Versace, Salvatore Ferragamo, Moschino, Dolce & Gabbana, Fendi, Celine, Polo Ralph Lauren, Trussardi, Burberry, Donna Karan, Escada, Gianfranco Ferre, Kenzo, Prada, Calvin Klein, Guess, Hugo Boss, IKKS, Lacoste, Tommy Hilfiger, ...

Banana Republic, Mango, Mexx, Levi's, Betty Barclay, Zara, Esprit, GAP, Tom Tailor, Benetton, H&M, French Connection, Promod, Vero Moda, Xanaka, Pepe Jeans, Gant, ...

Furla, Coccinelle, Geox, Lloyd, Timberland, TOD's, Camper, Bally, Clarks, Bata, Ecco, Hogan, ...

Adidas, Nike, Fila, Quicksilver, Diesel, G-Star, Killah, Replay, Escada Sport, Golf House, Paul & Shark, ...

La Perla, Hanro

Quelle: GCS Internetrecherche



## 17. Weiterführende Informationen

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

<http://www.dihk.de>

Die deutschen Auslandshandelskammern haben ihren Sitz in Dubai und Abu Dhabi:

<http://ahkvae.de>

Auch die Bundesagentur für Außenwirtschaft bietet weiterführende Informationen:

<http://www.bfai.de>

Über Kulturelle Besonderheiten informiert:

Business-Knigge: Arabische Welt, Dr. Gabi Kratochwil, ISBN: 3-280-05192-4

<http://www.cross-cultures.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
- GHORFA  
Arabisch-Deutsche Vereinigung für Handel und  
Industrie e.V.  
Garnisonkirchplatz 1  
10178 Berlin  
Tel.: 030/278907-0  
Fax: 030/278907-49  
[www.ghorfa.de](http://www.ghorfa.de)



## 19. Quellen

[www.auswaertiges-amt.de](http://www.auswaertiges-amt.de)

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

[www.wto.org](http://www.wto.org)

[www.cia.gov](http://www.cia.gov)

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

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

[www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com)

[www.germanFashion.net](http://www.germanFashion.net)

[www.government.ae](http://www.government.ae)

[www.adcci-uae.com](http://www.adcci-uae.com)

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

[www.auwi-bayern.de](http://www.auwi-bayern.de)

[www.auswaertiges-amt.de](http://www.auswaertiges-amt.de)

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

[www.imove-germany.de](http://www.imove-germany.de)

[www.cross-cultures.de](http://www.cross-cultures.de)

[www.frankfurt-main.ihk.de](http://www.frankfurt-main.ihk.de)

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

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

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

Wirtschaftswoche Nr. 24/2006

Fischer Weltalmanach 2007



## 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

