

Susanne Mueller (Hg./Ed.)

MODERNES MALAYSIA
MODERN MALAYSIA

Beiträge deutscher Firmen
Contributions of German Companies

The Economy & Culture Series

Books from Investors for Investors, from Managers for Managers

The Economy & Culture Series presents books about the achievements of foreign investors in different countries, with their experiences in business, corporate culture and leadership. It is issued by Cross-Culture Publishing, Dr Susanne Mueller, Frankfurt/Main and designed as medium for Corporate Communication. At once all volumes of this series are also available in the international book market, incl. in Amazon, for entrepreneurs, companies, organisations, institutions and executives with the intention expanding or investing within and outside the European Union conveying them information and orientation about their investment destination in view.

Cross-Culture Publishing is a publishing house with emphasis on publications about the relationship between economy and culture. It emphasizes the fact that doing business abroad requires more than professional expertise and knowledge about legal conditions for investment in a foreign country.

Therefore, *The Economy & Culture Series*, besides economic parameters and legal information, imparts knowledge about the norms and values in social and business life in a target country and presents it all in the frame of history, present society and economy. The books of *The Economy & Culture Series* deliver information for business people in general, for investors in particular, about business culture and management style in different countries.

In short, the set of volumes of *The Economy & Culture Series* brings into focus the human dimension of cross-cultural business cooperation. Its essential function consists in the development of a mutual understanding between culturally diverse partners and using this as a base for synergetic economic cooperation.

Vol. 1	Management Guide LITAUEN	ISBN 3-939044-04-0
Vol. 2	Management Guide LETTLAND	ISBN 3-939044-01-6
Vol. 3	Management Guide ESTLAND	ISBN 3-939044-02-4
Vol. 4	Management Guide POLEN	ISBN 3-939044-03-2
Vol. 5	Management Guide PORTUGAL	ISBN 3-939044-04-0
Vol. 6	Management Guide TÜRKEI	ISBN 978-3-939044-07-09
Vol. 7	Management Guide TURKEY	ISBN 978-3-939044-08-6
Vol. 8	Management Guide RUMÄNIEN	ISBN 978-3-939044-10-9
Vol. 9	Management Guide ROMANIA	ISBN 978-3-939044-12-3
Vol.10	Management Guide BULGARIA	ISBN 978-3-939044-11-6
Vol.11	MODERN SOUTHEAST EUROPE	ISBN 978-3-939044-15-4
Vol.12	MODERN TURKEY	ISBN 978-3-939044-14-7
Vol.13	Management Guide NEW ANDORRA	ISBN 978-3-939044-13-0
Vol.14	MODERNES SPANIEN	ISBN 978-3-939044-05-5
Vol.15	MODERNES BRASILIEN	ISBN 978-3-939044-16-1
Vol.16	MODERNES PANAMA	ISBN 978-3-939044-24-6
Vol. 17	MODERNES KOLUMBIEN	ISBN 978-3-939044-23-9
Vol. 18	MODERNES PERU	ISBN 978-3-939044-26-0
Vol. 19	MODERNES CHILE	ISBN 978-3-939044-27-7
Vol. 20	MODERNES MALAYSIA	ISBN 978-3-939044-36-9



Subscriptions to: mail@cc-publishing.com
Cross-Culture Publishing, Dr. Susanne Mueller
Bettinastrasse 30, D-60325 Frankfurt/M., Germany
www.cc-publishing.com

Susanne Mueller (Hg./Ed.)

MODERNES MALAYSIA
MODERN MALAYSIA

Beiträge deutscher Firmen
Contributions of German Companies

Cross-Culture Publishing
Frankfurt am Main 2017

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek.
The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie;
detailed bibliographic data are available in the Internet at
<http://dnb.d-nb.de>
ISBN 978-3-939044-36-9

First Edition – 2017
Published by Cross-Culture Publishing, Frankfurt/Main
Editorial Assistant: Nils Wolters, MIDA
Editing and Layout by Dr. Susanne Mueller and Marius P. Weber
Cover designed by Marius P. Weber, Bucharest
Printed by Graspo CZ, a.s., Pod Šternberkem 324, 763 02 Zlín • <http://www.graspo.com>

Copyright © 2017 by Cross-Culture Publishing, Dr Susanne Mueller
Frankfurt/Main, Germany

All rights reserved. No part of the book may be translated or reproduced in any form, by photostat, microform, retrieval system, or any means, without the prior written permission of the publisher.

www.cc-publishing.com

Liability Disclaimer: The editor and publisher are not liable or responsible for the accuracy or completeness of any information provided in this book. We assume no liability or responsibility for any damages arising from a reader's use of, or inability to use, this book. By accessing the information in this book, you agree that the editor and publisher shall not be liable to you for any loss or injury caused in procuring, compiling, or delivering the information. In no event the editor, publisher or the contributors of information to this book be liable to you or anyone else for any action taken by you in reliance on such information or for any consequential, special, or similar damages.

The editor and publisher are not responsible for anything whatsoever on internet sites that the book links to or provides links to. Use of links is solely at the discretion of users and any damage resulting from the use of a link is entirely the responsibility of the user.

Vorwort der Herausgeberin

Dieses Buch ist deutschen Firmen sowie ihren Führungskräften gewidmet, die Expansionsgedanken hegen und beginnen, sich umzuschauen in der Welt, wo der geeignetste Platz sein könnte, um ihre Vorstellungen zu realisieren – ohne bisher Malaysia zu kennen.

„Man sieht nur mit dem Herzen gut“, sagt der kleine Prinz von Antoine de Saint-Exupéry. Einige kleine Prinzen der deutschen Wirtschaft, die schon mehrere oder sogar viele Jahre erfolgreich in Malaysia etabliert sind, beschreiben in diesem Buch, in Teil 3, ihre Tätigkeit und Erfolge in diesem sonnigen Land im Herzen Südostasiens – in Malaysia.

Die Erfurter Firma *X-FAB Semiconductor Foundries*, zum Beispiel, seit 2006 in Kuching, im Staate Sarawak lokalisiert, auf der Insel Borneo – ein Naturparadies in Ost-Malaysia, produziert dort Microchips für die Autoindustrie und wurde ausgezeichnet als eine der „Best Companies To Work For In Asia 2015“. Einen solchen Stand erreicht man nicht halbherzig!

Die Firma *Deutsche Technoplast GmbH*, mit ihrem Produktionsstandort in Malakka, sieht sich ideal aufgestellt, spricht also aus Erfahrung von Malaysia als „einen attraktiven Standort seit 1993“ und hebt die seit Jahrzehnten hohe politische und wirtschaftliche Stabilität des Landes hervor. Wer den Ort attraktiv nennt und viele Jahre bleibt, der schätzt und liebt ihn.

Die Firma *Schmidt + Clemens*, seit 14 Jahren in Malaysia aktiv, berichtet über eine Investition von 14 Millionen Euro südlich der Hauptstadt Kuala Lumpur, in den Bau einer fünfmal größeren Produktionsstätte als ihre gegenwärtige. Zeugt das nicht von großem Vertrauen und Optimismus in den Standort? Die Gründe werden genannt.

Wer Malaysia kennt, der schätzt und liebt es. Schon einige hundert deutsche Firmen vor Ort sprechen dafür.

Möge dieses Buch dazu anregen, Malaysia auch für Ihr Unternehmen zu entdecken, kennenzulernen und Interesse an diesem attraktiven ASEAN-Land als Investmentziel zu gewinnen. Die Büros in Frankfurt und München der *malaysischen staatlichen Investmentbehörde MIDA*, die deutsche *Außenhandelskammer in Kuala Lumpur* sowie auch die *OAV Asian-Pacific Business Association* werden Ihre besten Begleiter sein.

Preface of the Editor

This book is dedicated to German companies, executives and business people that may have thought about expanding their area of business activity – and to introduce them to Malaysia.

“One can only see clearly with the heart”, says the little prince of Antoine de Saint-Exupéry. This book will introduce several little princes of the German business community, who have been successfully operating for years in this sunny nation in the heart of Southeast Asia – in Malaysia.

The Erfurt-based company *X-FAB Semiconductor Foundries*, for example, has been operating in Kuching in the federal state of Sarawak on the island of Borneo – a nature paradise in East Malaysia – since 2006. X-FAB is producing microchips for the automotive industry and was awarded as one of the “Best companies to work for in Asia 2015”. Such a status cannot be achieved half-heartedly!

The company *Deutsche Technoplast GmbH*, located in Malacca, considers itself well established in Malaysia and calls it “an attractive business location since 1993”. The company points out the political and economic stability of the country. Companies which have been in Malaysia for a long time really love and appreciate it here.

The company *Schmidt + Clemens* has been active in Malaysia for 14 years now and has recently reinvested EUR 14 million in a new production plant south of the Malaysian capital five times as big as their old plant. Isn't that proof of huge faith and optimism in Malaysia as a business destination? The reasons for that will be given in this book.

People who know Malaysia love and appreciate the country. The big number of German companies already operating there speaks for itself.

May this book encourage you, dear reader, to discover Malaysia for your company, and to gain interest in that ASEAN member country as an attractive investment destination. *The Malaysian Investment Development Authority (MIDA)* with its two offices in Germany – in Frankfurt and in Munich, the *Malaysian-German Chamber of Commerce & Industry (MGCC)* in Kuala Lumpur as well as the *OAV Asian-Pacific Business Association* will be your best companions for that journey.

Frankfurt am Main, March 2017

Dr. Susanne Mueller

Inhalt

Teil 1. Malaysia heute	9
Deutsche Unternehmen haben einen guten Ruf in Malaysia, <i>Jens Brinckmann</i>	11
Das bunte Malaysia, <i>Daniel Bernbeck</i>	16
OAV – German Asia-Pacific Business Association	20
Teil 2. Modernes Malaysia – attraktives Investmentziel, ausgezeichneter Investmentstandort	21
Deutsche Investitionen in Malaysia, <i>S. Siva</i>	23
Malysias Premierminister in Deutschland, <i>MIDA Frankfurt Office</i>	29
Teil 3. Deutsche Firmen formen das moderne Malaysia mit	33
Mühlbauer Technologies: Spitzentechnologien Made in Malaysia	35
Schmidt + Clemens investiert 14 Millionen Euro in Malaysia	37
X-FAB Silicon Foundries	40
Von Borneo in die ganze Welt, <i>Rudi De Winter</i>	42
Unternehmensgruppe Deutsche Technoplast (DTP)	47
DTP Erfolg in Malaysia mit gemeinsamen Werten: Toleranz, Respekt, gegenseitige Loyalität – und mit Kulturvermittlern auf beiden Seiten, <i>Hans Jürgen Bauer</i>	50
Teil 4. Modernes Malaysia im Bild	57
Anhang	131
Kontaktadressen in Malaysia	132
Kontaktadressen in Deutschland	133
Organisationskultur in Deutschland und Malaysia im Vergleich	135
Cross-Culture Publishing	137
Bildquellen	138

Content

Part 1. Malaysia today	83
German companies enjoy a good reputation in Malaysia, <i>Jens Brinckmann</i>	85
The colourful Malaysia, <i>Daniel Bernbeck</i>	90
OAV – German Asia-Pacific Business Association	94
Part 2. Malaysia – an attractive investment destination, an excellent investment location	95
German investments in Malaysia, <i>S. Siva</i>	97
Malaysian Prime Minister in Germany, <i>MIDA Frankfurt Office</i>	103
Part 3. German companies shaping modern Malaysia	107
Muehlbauer Technologies: High-tech made in Malaysia	109
Schmidt + Clemens invests EUR 14 Million in Malaysia	111
X-FAB Silicon Foundries	114
High-tech from Borneo to customers around the globe, <i>Rudi De Winter</i>	116
Deutsche Technoplast Corporate Group (DTP)	121
DTP success in Malaysia with common values: tolerance, respect, mutual loyalty – and with cultural mediators on both sides, <i>Hans Jürgen Bauer</i>	124
Part 4. Modern Malaysia in pictures	57
Annex	131
Contact addresses in Malaysia	132
Contact addresses in Germany	133
Organizational culture in Germany and Malaysia	135
Cross-Culture Publishing	137
Photo credits	138

Teil 1
Malaysia heute

Jens Brinckmann



Deutsche Unternehmen haben einen guten Ruf in Malaysia

Interview mit Herrn Jens Brinckmann, Counsellor for Economic, Commercial and Environmental Affairs, Deutsche Botschaft, Kuala Lumpur.

Der heutige Staat Malaysia, 1957 gegründet, nach einer über hundertjährigen britischen Kolonialgeschichte, ist ein junges Land. Deutschland gehörte zu den ersten, mit denen Malaysia sofort im Gründungsjahr diplomatische Beziehungen aufnahm. Die Deutsche Botschaft ist also Zeuge der rasanten Entwicklung dieses Landes vom Agrarstaat zu einem modernen Industrieland, die bereits in den 60er Jahren begann.

CCP: Herr Brinckmann, Malaysia ist heute mit einem durchschnittlichen Wirtschaftswachstum von 5-6% ein aufstrebendes Industrieland. Worin sehen Sie den Motor des stabilen starken wirtschaftlichen Wachstums?

JB: Malaysia hat in den letzten Dekaden eine enorme Entwicklung durchlaufen. Seine Wirtschaftsstruktur ist nicht mehr die eines Rohstoffexporteurs, sondern sie ist sehr diversifiziert. Als Leiter der Wirtschaftsabteilung sind Themen wie Palmöl natürlich auch auf meiner Tagesordnung. Wenn Sie sich die Struktur deutscher Investitionen, die sich seit 1980 auf mehr als 11 Mrd. USD belaufen, und des deutsch-malaysischen Handels, der 2015 11.8 Mrd. Euro betrug, anschauen, werden Sie feststellen, dass höherwertige Produkte und Dienstleistungen dominieren. Beim Handel tauschen wir in beide Richtungen wertschöpfungsreiche Waren aus. Die top drei Produktkategorien für Exporte aus Deutschland nach Malaysia sind Elektronik, Maschinen und chemische Erzeugnisse, die drei Top-Kategorien für Importe aus Malaysia sind Elektronik, Elektrotechnik und Messtechnik.

Zudem hat Malaysia eine gute Lage in der Region der *Association of Southeast Asian Nations (ASEAN)*, gegenwärtig eine ausgezeichnete Infrastruktur und eine gut Englisch sprechende Bevölkerung. Das alles trägt dazu bei, sich als offene Handelsnation erfolgreich zu behaupten.

Die starke Integration Malaysias in den internationalen Handel hat dann auch seine Auswirkungen auf das Wirtschaftswachstum. Gefallene Ölpreise und geringere weltwirtschaftliche Dynamik bewirkten allerdings, dass das BIP-Wachstum von 6.2 % in 2014 auf 5 % in 2015 und nunmehr 4.2 % in 2016 zurückging.

CCP: Das heutige moderne Malaysia erkennt man am besten im Vergleich mit seinem Ausgangsniveau, Ende der 50er/Anfang der 60er Jahre. Könnten Sie sagen, auf Basis vielleicht in der Botschaft vorhandener Dokumente, was es alles nicht gab in Malaysia, Ende der 50er/Anfang der 60er Jahre, im Vergleich zu heute?

JB: Es sind Zeitzeugen, wie der Honorarkonsul Malaysias in Hamburg, Hr. Edgar E. Nordmann, die bei Ihren Vorträgen vor Auge führen, was hier in Malaysia alles geschaffen wurde. Hr. Nordmann wies bei einer kulturellen Veranstaltung einmal darauf hin, dass die Veranstaltungsorte früher noch unbebaut und Wald oder Plantage gewesen sei.

Malaysia hat inzwischen eine gute Infrastruktur, die weiter ausgebaut wird. Und bei Infrastruktur sollte man nicht nur an baulich umzusetzende Vorhaben wie Straßen, Häfen, Flughäfen, Gebäude und Industriegebiete denken, sondern auch an den Aufbau von Verwaltung, Bürgerservices und Gesundheitsfürsorge.

Wenn Sie nach Dokumenten fragen, die diese Entwicklung zeigen, so kann ich auf unser Doppelbesteuerungsabkommen mit Malaysia verweisen. Auch dieses sowie wie die geschlossenen Freihandelsabkommen und andere Verträge sind Ergebnis langjähriger Arbeit und Verhandlungen.

2017 bestehen die deutsch-malaysischen diplomatischen Beziehungen 60 Jahre. Aus diesem Anlass wird die Botschaft an einer vom malaysischen Außenministerium organisierten Ausstellung teilnehmen und deren Entwicklung anhand historischer Dokumente, Fotos und Exponate zeigen.

CCP: In welchen Bereichen der Wirtschaft haben deutsche Firmen am meisten zum Image Malaysias als modernes Industrieland beigetragen?

JB: Deutsche Unternehmen haben einen guten Ruf in Malaysia und sind für ihre hochwertigen Produkte und Dienstleistungen sowie ihre Verlässlichkeit bekannt. Ich hatte ja schon erwähnt, dass Maschinen eine der drei Topkategorien für Exporte nach Malaysia sind.

Außerdem steht Deutschland mit seinen Unternehmen in langfristiger Betrachtung seit 1980 im Investorenranking auf beachtlicher fünfter Stelle. Gut 350 deutschstämmige Firmen, wie Infineon, Osram, Bosch, B. Braun und Siemens mit ihrer hochwertigen Produktion, ihren Spitzenprodukten sowie ihrem langfristigen Engagement, haben dazu beigetragen.

Erwähnen sollte man auch, dass das Engagement deutscher Unternehmen in Malaysia durch das deutsche System der Außenhandelskammern unterstützt wird. In Malaysia ist es die 25 Jahre bestehende Malaysian-German Chamber of Commerce and Industry (MGCC).

CCP: Werfen wir auch einen Blick in die Zukunft: Könnten Sie ein Bild von Malaysia in fünf oder zehn Jahren beschreiben, auf der Basis gegenwärtig bekannter Entwicklungstrends?

JB: Malaysia strebt bis 2020 den Status eines Hocheinkommenslandes an. Hierzu wird es weiterhin auf zukunftssträchtige Wirtschaftstätigkeiten und -bereiche mit hoher Wertschöpfung setzen, zum Beispiel auch auf den Luftverkehrs- und Gesundheitssektor. Ferner hat es sich eine Vielzahl an weiteren Infrastrukturvorhaben vorgenommen. In 2027 werden wir aus jetziger Sicht in 90 Minuten mit der High Speed Rail (HSR) von Kuala Lumpur nach Singapur fahren können.

CCP: Welche großen Zukunftsprojekte der malaysischen Regierung zur weiteren Modernisierung des Landes sind Ihnen bekannt, wo die Teilnahme deutscher Firmen, besondere des Mittelstands, gefragt sein wird?

JB: Chancen ergeben sich sicherlich bei den geplanten Infrastrukturvorhaben Malaysias. Hier muss es ja nicht immer die Position des Generalunternehmers sein. In Deutschland haben wir viele hochspezialisierte meist mittelständische Unternehmen – vielfach als „hidden champions“ tituiert, um die man bei gewissen Aufgaben als Lieferanten nicht herumkommt.

CCP: „No limits for Malaysian-German Business Ties“ ist der Titel des Beitrags des MIDA Generaldirektors, Herrn Datuk K. Karunakaran, zur Festschrift aus Anlass des 50jährigen Jubiläums deutsch-malaysischer Beziehungen. In welchen Bereichen sehen Sie generell, aus heutiger Sicht, Chancen für die Ausweitung und Intensivierung der Tätigkeit des deutschen Mittelstands in Malaysia?

JB: Ich möchte hier an sich keine Einschränkungen auf bestimmte wirtschaftliche Tätigkeiten vornehmen. Anstehende Infrastrukturvorhaben

und von Malaysia als zukunftsfruchtig betrachtete Sektoren wie den Luftverkehr und den Bereich Gesundheit hatte ich schon genannt. Zudem gibt es prinzipiell zwei Wege, wie man den Wirtschaftsstandort Malaysia für sich erschließen kann: als Absatzmarkt oder als Hub, zum Beispiel für den Vertrieb in die ASEAN Mitgliedsländer oder andere in Asien.

CCP: Mit welchen Fakten motivieren Sie deutsche mittelständische Firmen, die Chancen, die Malaysia bietet, wahrzunehmen?

JB: In allgemeiner Betrachtung ist dieses sicherlich die Offenheit Malaysias für Handel und Auslandsinvestitionen. Dennoch hat jedes Unternehmen seine spezifischen Fragen im Hinblick auf Marktzugang, Perspektiven seines Produkt- oder Leistungsportfolios in Malaysia und/oder der hiesigen Region.

CCP: In einer Umfrage der AHK unter deutschen Führungskräften in Malaysia in 2014 gaben 21% die Suche nach geeigneten Fachkräften als die größte Herausforderung an. Gab es Maßnahmen auf Regierungsebene beiderseits, in den letzten drei Jahren, um die Kooperation diesbezüglich zu verbessern?

JB: Die Themen Erziehung, berufliche Bildung und damit verbunden Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften hat auch die malaysische Regierung als prioritär erkannt. Sie ist beispielsweise dabei, den *Malaysian Meister* nach deutschem Vorbild als höchste Qualifikation der beruflichen Bildung einzuführen.

Die Deutsch-Malaysische Industrie und Handelskammer MGCC kooperiert mit dem German-Malaysian Institut (GMI) und deutschen sowie malaysischen Unternehmen bei der Umsetzung von dualen Ausbildungslehrgängen, zuletzt bei der Ausbildung zum Mechatroniker.

CCP: Kooperation erfordert gut funktionierende Kommunikation. Obwohl Englisch in Malaysia weit verbreitet ist, bevorzugen deutsche Firmen Fachkräfte, die auch Deutschkenntnisse haben. Wo finden sie sie in Malaysia?

JB: Unternehmen können sich glücklich schätzen, in Malaysia überwiegend gut Englisch sprechende Mitarbeiter zu finden. Deutschkenntnisse finden sich bei einigen Mitarbeitern, die in Deutschland studiert haben oder bei wenigen deutschstämmigen Ansässigen. Wenn es sich um hochqualifizierte Führungs- und Fachkräfte handelt, kann man sich diese ja mitbringen. Es gibt auch relativ viele deutsche Praktikanten in Malaysia.

CCP: *Sprachkenntnisse sind die Oberfläche für tiefer liegende kulturell bedingte Denkweisen, Gewohnheiten und Erwartungen. Was müssen deutsche Führungskräfte in Malaysia, aus Ihrer Erfahrung, wissen und tun, um malaysische Fachkräfte und Mitarbeiter aller Art zu verstehen – als Basis für erfolgreiche Zusammenarbeit?*

JB: Kenntnis von ein paar Worten der hiesigen Landessprache *Bahasa Melayu* kann sicherlich nicht schaden und werden aus eigener Erfahrung positiv aufgenommen, als Zeichen von Goodwill. Wenn dann noch grundlegende Kenntnisse über die Kultur der verschiedenen Bevölkerungsgruppen sowie ein wenig Fingerspitzengefühl hinzukommen, steht dem Miteinander im Unternehmen nichts Substantielles im Weg.

CCP: *Könnten Sie ein Beispiel aus Ihrer Praxis nennen, das zeigt, wie Sie sich in Malaysia, entgegen deutscher Erfahrung und Gewohnheit, jedoch wissend um die Erfordernisse der malaysischen Realität, mit dem Ziel guter Zusammenarbeit erfolgreich angepasst haben?*

JB: Da ich schon Vorerfahrung aus einer mehr als vierjährigen Tätigkeit in der Wirtschaftsabteilung der Deutschen Botschaft in Jakarta/Indonesien hatte, kann ich die malaysische Realität gar nicht mehr als so herausfordernd empfinden. Für jeden Deutschen ist es nach kurzer Zeit zum Beispiel klar, dass man freitags um die Mittagszeit, wenn Muslime in die Moschee gehen, keine Besprechungen plant oder anfragt.

CCP: *Vielen Dank, Herr Brinckmann, für dieses Gespräch. Die Leser dieses Buches sind dominierend Führungskräfte von Firmen in Deutschland, die potentiell künftige Investoren in Malaysia sind. Ihre Statements geben ihnen wertvolle Orientierung.*

Botschaft der Bundesrepublik Deutschland

26th Floor, Menara Tan & Tan

207, Jalan Tun Razak

50400 Kuala Lumpur

Fon: +60 (0)3 21 70 96 66, direct: -9613

Fax: +60 (0)3 21 61 9 801

Email: wi-1: wi-1@kual.diplo.de

Web: <http://www.kuala-lumpur.diplo.de>