



Wir im Allgäu



## MAHA – Weltmarktführer für Werkstattausrüstung



Erfahrungs-Bericht MAHA in China:  
MAHA Maschinenbau (Beijing) Trading Co., Ltd.  
vom Start-up zur strategisch wichtigen  
Tochtergesellschaft

Premium Workshop  
Equipment



1. Kurzporträt MAHA -  
Daten, Fakten, Produkte und Kundengruppen
2. MAHA China -  
Beweggründe für eine eigene Tochtergesellschaft in China,  
Schwierigkeiten während der Start-up und Wachstums-Phase
3. Die chinesische Tochtergesellschaft, ein wichtiges Mitglied der MAHA Gruppe  
kritische Erfolgsfaktoren, Chancen und Risiken

# 1. Kurzporträt MAHA



- Gründung der Firma MAHA und Bau des 1. Bremsenprüfstandes im Jahr 1968
- Über 40 Jahre Kompetenz im Bereich der technischen Fahrzeugprüfung und Werkstattausstattung
- Mitarbeiterzahl am Standort Deutschland 758, weltweit > 1.000 MA
- Produktionsstandorte: Haldenwang, Leutkirch, USA (Alabama), Südafrika (Jo´burg)
- MAHA als Global Player in über 130 Ländern:  
mit 18 Tochtergesellschaften weltweit präsent  
und mit ca. 85 Importeuren mit Vertrieb und Kundendienst aktiv



# 1. Kurzporträt MAHA



MAHA Maschinenbau Haldenwang

Folie 4

## Produktbereiche:

Brems- und Sicherheitstechnik, Leistungsprüfstände und Hebeteknik, sowie umfangreiche After-Sales-Leistungen und Softwareapplikationen



# 1. Kurzporträt MAHA



MAHA Maschinenbau Haldenwang

Folie 5

## Zielgruppen (Kunden) der MAHA Gruppe

### Autohäuser / Werkstätten



### Prüforganisationen



### Fahrzeughersteller



### Regierungsprojekte



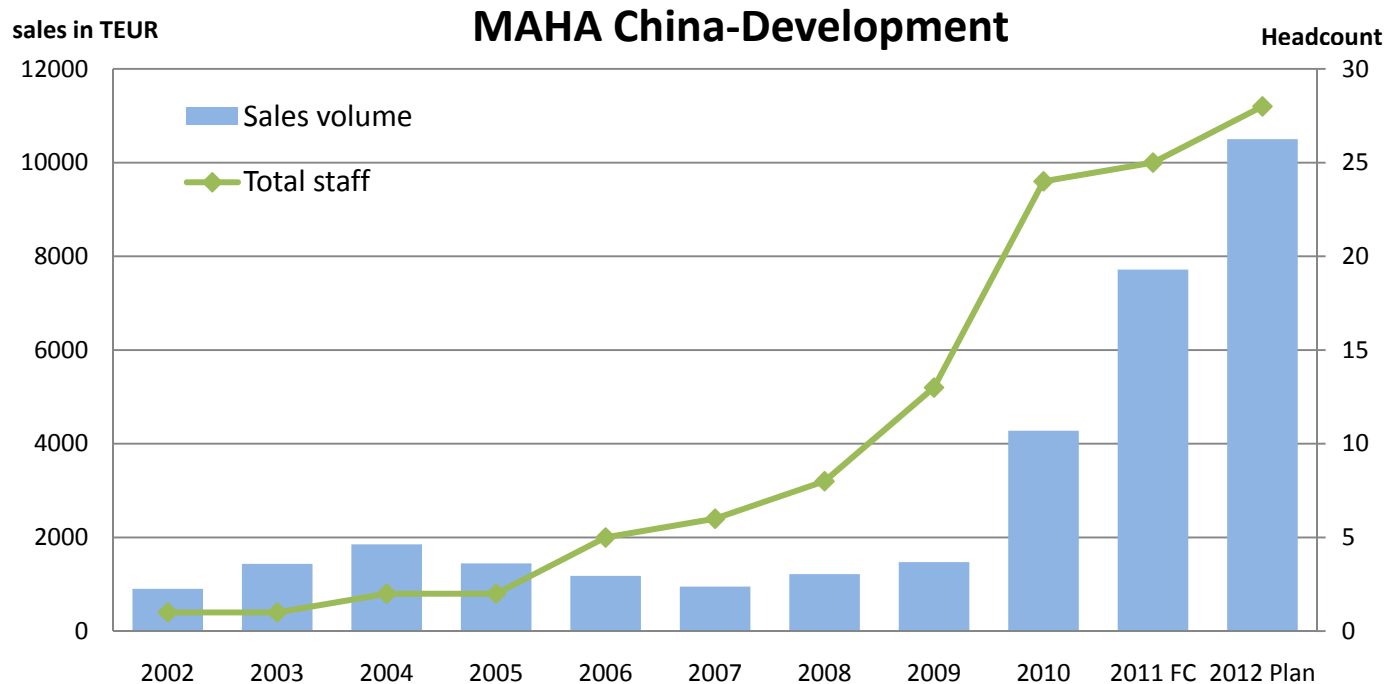
## 2. MAHA China



### Weg zur eigenen Tochtergesellschaft in China

- erster Bremsenprüfstand wurde 1982 über Hongkong Dealer nach China geliefert
- 2000-2009 Rep Office MAHA in Beijing (2-3 MA)
- 2009: Gründung MAHA Maschinenbau (Beijing) Trading Co., Ltd. GF: Xiu Chunlin
- Standort: Beijing und Branch Office in Shanghai, heute 25 Mitarbeiter
- Bündelung der Händlerstruktur und Ausbau Vertriebsorganisation mit flächendeckend 14 Händlern + Direktvertrieb
- 2. Schritt nach erfolgreicher Etablierung: lokales Sourcing und Assembling (local content von C-Teilen)

## 2. MAHA China



**„Für MAHA ist es ein strategischer Schritt gewesen mit einem eigenen Unternehmen am Markt präsent zu sein, um Marktentwicklungen zu verfolgen, unsere Kundengruppen schnell bedienen zu können und den bestmöglichen Support und Service vor Ort zu geben, um damit die Kundenbindung nachhaltig gewähren zu können“**

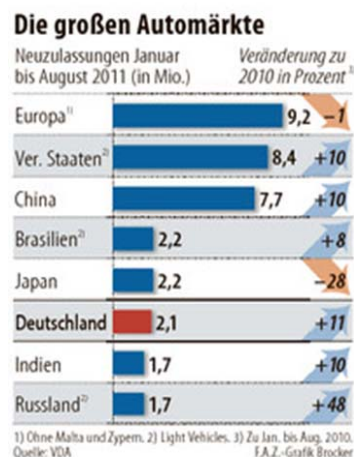
## 2. MAHA China



### Weg zur eigenen Tochtergesellschaft in China - Beweggründe

Aus Sicht Vertrieb:

- China ist größter Automotive Markt in Asien und Platz 3 der Welt
- Fahrzeugindustrie ist stark vertreten durch key accounts und OEMs
- Markterwartungen mit hohen Wachstumschancen
- Bisherige Zusammenarbeit mit Händlern nur beschränkt möglich
- Kein Direktvertrieb mit Rep. Office
- Eigene Kenntnisse über lokalen Markt vor Ort
- Kontakte und Kundenbindung soll sich nachhaltig entwickeln



## 2. MAHA China

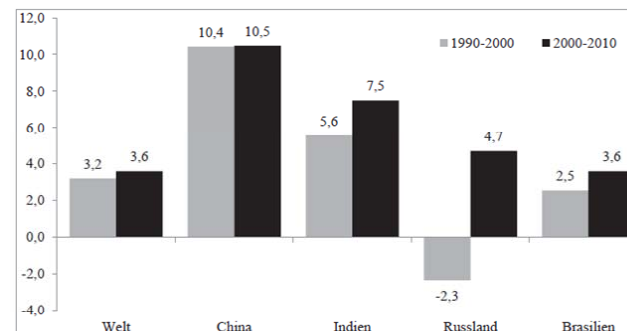


### Weg zur eigenen Tochtergesellschaft in China - Beweggründe

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht:

- Rahmenbedingungen haben sich in den letzten Jahren stabilisiert (RMB, Gesetzgebung)
- After Sales Service immer wichtiger
- Management vor Ort: Ansprechpartner und rechtliche Handlungsfähigkeit
- Hohe Wachstumserwartungen
- Lagerhaltung vor Ort: kürzere Vertriebswege und schnelle Reaktionszeit
- Verträge und Zahlungskonditionen lokal in Landeswährung möglich

**Wirtschaftswachstum im Vergleich**  
Jahresdurchschnittliches Wachstum des realen BIP in Prozent



Russland ab 1992.  
Quellen: Internationaler Währungsfonds; Institut der deutschen Wirtschaft Köln



## 2. MAHA China



### Herausforderungen und Problemstellungen in den versch. Phasen

Der 1. Schritt nach China	Rep Office	Start up TG	Wachstumsphase	Zukunft
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition Strategie und Vertriebsziele</li> <li>- Kontakte und Lobbying</li> <li>- Kulturelle Hindernisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registrierungsprozess</li> <li>- Steuerliche Behandlung</li> <li>- Controlling</li> <li>- Personalwesen und Payroll</li> <li>- Definition Milestones</li> <li>- Aufbau Vertriebsstrukturen</li> <li>- Kulturelles Verständnis</li> <li>- Lobbying</li> <li>- Nachhaltige Kontakte</li> <li>- Partner (Händler)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TG oder JV</li> <li>- Gründungsprozess</li> <li>- Wo soll die Reise hingehen?</li> <li>- Standort</li> <li>- Auswahl Partner</li> <li>- Management Reporting</li> <li>- Aufbau Buchhaltungsprozesse (Outsourcing o. Inhouse)</li> <li>- Vertriebsaspekte</li> <li>- Management</li> <li>- Start-up Finanzierung</li> <li>- Registrierungen (Zoll, Steuer, FESCO, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufbau Organisation</li> <li>- Optimierung der Prozesse</li> <li>- Logistikprozesse</li> <li>- Personal-Ressourcen</li> <li>- Chinesische Wirtschaftsprüfung</li> <li>- Steuersystem</li> <li>- Working Capital Finanzierung</li> <li>- Optimierung Partner</li> <li>- Lieferanten – Outsourcing</li> <li>- Aufbau Service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assembling</li> <li>- Sourcing</li> <li>- M&amp;A</li> <li>- ?</li> <li>- ?</li> <li>- ?</li> </ul>

**Intensive Betreuung und support der Muttergesellschaft notwendig!!!**

## 2. MAHA China



### MAHA China: Herausforderung Buchhaltung in der Wachstumsphase:

- Kein abweichendes Geschäftsjahr: GJ in China ist das Kalenderjahr!
- Gesamte Dokumentation in der Buchhaltung auf Chinesisch
- Mapping chinesischer Kontenplan zur Vorgabe Mutterhaus
- Tax-Registrierung um höheres Umsatzvolumen fakturieren zu dürfen
- Realisierung des Umsatzes (Vorauszahlungen gängige Praxis) => gemeinsamer Konsens mit Buchhaltung und Vertrieb notwendig
- China kennt keinen Gefahrenübergang wie im dt. Sinne
- Mit Steigerung Volumen Einführung von Unternehmensrichtlinien unabdingbar: Unterschriftenregelung, approval sales cycle => Informationsfluss, Prozess des Cash Management, Bestellwesen, etc. etc.
- IT-Landschaft stößt schnell an Grenzen

## 2. MAHA China



### MAHA China: Herausforderung Wirtschaftsprüfung in der Wachstumsphase:

- 1. Jahr MAHA China: nur limited review möglich, kein Testat!
- Unser Anspruch: Prüfung der Tochtergesellschaft und Überleitung HB I – HB II auf dt. Niveau und erfolgreicher Testierung.
- Vorprüfung und Vorbereitung MAHA China mit Hilfe Partner vor Ort (Vorlaufzeit 6 Monate)
- Wesentliche Prüfungselemente:
  - Zeitpunkt Umsatzrealisierung (sales recognition)
  - Logistik und Lagerhaltung und dessen Bewertung (Unterschiede Logistik zu Buchhaltung)
  - Abhandlung Währungsrisiken – Interne Kontrollsysteme
  - Zahlungsmodalitäten Kunden sowie Debitorenmanagement
- Ergebnis Vorarbeit: Detaillierte Analyse Ist-Zustand und Findings mit Priorisierung und Empfehlungen über Verbesserung der Prozesse
- Partner vor Ort koordinierte die Prüfung vor Ort (gemeinsames Verständnis) mit detaillierten Erklärungen zu HB II-Anpassungen.

### 3. Kritische Erfolgsfaktoren



#### MAHA China als strategisch wichtige Tochtergesellschaft!

- Analyse des Marktes vs. “create the market”
- Durchhaltevermögen und Zeit (Kontakte, China-Erfahrung, Systeme verstehen, Gründungsprozess 6-9 Monate, etc.)
- Bewusstsein der Markteintrittsbarrieren wie Zoll, Bürokratismus, Preisniveau Importgüter vs. local content
- klare Vorstellung der Ausrichtung der Tochtergesellschaft => Strategie Handelsgesellschaft, Produktion oder Assembling => Zeitplan => Milestones
- Management vor Ort: Kontakte und Lobbying Chinese mit Chinese, Organisation und Motivation des Teams vor Ort (Vermeidung Fluktuation)

### 3. Kritische Erfolgsfaktoren



- Auswahl der externen Partner
  - a) Rechtsanwalt vor Ort für Firmengründung und Registrierungen
  - b) Outsourced Service wie Buchhaltung (unbedingt engl.-sprachig)
  - c) Wirtschaftsprüfer
  - d) Beratung zur Optimierung der Prozesse bei starkem Wachstum
  - e) Headhunter mit gutem Netzwerk – Personalplanung (AHK bietet Kontakte)
  
- Interkulturelle Verschiedenheiten (doing business) verstehen und kennenlernen!





Wir im Allgäu



**MAHA Maschinenbau Haldenwang**



**Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!**

**Bernhard Gött**

Geschäftsführer MAHA Beteiligungs-Gesellschaft mbH

Tel.: +49 (0) 8374/585-0

Internet: [www.maha.de](http://www.maha.de)

E-Mail: [bernhard.goett@maha.de](mailto:bernhard.goett@maha.de)

Premium Workshop  
Equipment