

Exportmarkt Thailand nach COVID: Ende oder Neubeginn einer Erfolgsstory?

02.02.2021, 08:54 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Sanet Group*

Presseagentur: *Sanet Trade & Services Co. Ltd.*



Dr. Gunter Denk ist Gründer und Chairman der Sanet.-Gruppe in Thailand

Auch an Thailand geht COVID nicht spurlos vorbei. Wie überall in der Welt werden Menschen und Wirtschaft harten Prüfungen unterzogen: Rund 20 % des BIP erwirtschaftet der Tourismus, der weitgehend zusammengebrochen ist. Man kann sich vorstellen, wie die zahllosen Hotels, Restaurants, Bars und sonstige Freizeitangebote leiden.

Im ersten Lock-down im Frühjahr 2020 arbeiteten zahlreiche Unternehmen über Home-Office und Kontakte waren schwer zu knüpfen. Auch bei Behörden waren die Vorgänge im dem ohnehin recht „deutsch-bürokratisch“ geprägten

noch schwieriger und langwieriger.

Industrie und Handel entwickeln sich wie überall weltweit unterschiedlich. Der Lebensmittelvertrieb boomt, IT-Hardware hatten oder haben lange Lieferzeiten, Elektronik-Produktion verzeichnete stark wachsenden Bedarf und die Logistikbranche platzt aus den Nähten.

Der Arbeitsmarkt wurde zum Anbietermarkt. Unternehmen in Thailand haben es leicht, Mitarbeiter mit einer Abfindung freizusetzen und die Mitarbeiter selbst zeigen sich of kompromissbereit für Einkommens- und Arbeitszeitverkürzung. Unternehmen, die ihre Mitarbeiter auch in der Krise und ohne Gehaltskürzung halten, hoffen auf Loyalität als Gegenleistung.

„Insgesamt zeichnet Thailand sich aber auch in der Krise die positive Einstellung zum Leben und seinen Herausforderungen aus, die das Land schon durch andere Krisen wie zum Beispiel die Asienkrise 1997 oder die große Flut 2011 trug. Der in Europa verbreiteten Panik halten die Thailänder Gelassenheit und notfalls auch Genügsamkeit entgegen“, meint *Dr. Gunter Denk, Chairman der Sanet-Gruppe in Bangkok.*

Durchblick: Thailands Umgang mit der Krise

Kaum ein Land wurde dabei so gut durch die Krise gesteuert wie Thailand. Selbst Kritiker der Regierung erkennen den insgesamt angemessenen Umgang mit COVID an. Nachdem Thailand als eines der ersten Länder außerhalb Chinas erste COVID-Fälle melden musste, entwickelte man die Quarantäne für Einreisende als stärkste Waffe. Jeder, ob Thai oder Ausländer, der nach Thailand einreist, muss zunächst 14 Tage in ein Quarantäne-Hotel.

Diese Hotels sind für Thailänder grundsätzlich kostenlos. Wahlweise können aber Thailänder – wie es für Ausländer grundsätzlich gilt – bezahlte Quarantäne-Unterkünfte wählen, die von einfachen 2-Sterne-Hotel bis zur Luxus-Suite im 5-Sterne Hotel reichen. Der Staat überwacht akribisch, dass dort nicht nur die Hygiene-Regeln, sondern auch eine angemessene Speisekarte (gegen Aufpreis) angeboten wird und den Gäste definierte Zeiten für den Aufenthalt im Freien oder abgetrennte Sportanlagen angeboten werden. Für die Hotels ist dies zumindest in gewissem Umfang ein Ersatz für die ausbleibenden Touristen.

Geschäftsreisende aus Europa nutzen diese Quarantäne immer häufiger als Ersatz des heimischen „Home-Office“ und besuchen danach ihre Partner und Kunden im Land.

Im Übrigen handelt die Regierung mit Vernunft: Panik wird vermieden und der Gesundheitsminister selbst verkündet, dass es bei Einhaltung gewisser Regeln dafür keinen Grund zu Panik gebe. In jedem Winter seien Menschen anfälliger gegenüber bestimmten Krankheiten. Gesunde, das heißt Menschen ohne Symptome, werden nicht ohne Anlass getestet. Die Tests werden wissenschaftlich korrekt durchgeführt und so die hohe Anzahl der falsch-positiven Tests, wie man sie aus Europa kennt, vermieden.

Masken tragen die Menschen wie stets in der Erkältungszeit von selbst. Strenge Kontrollen gibt es dafür aber zumeist nur in Einkaufszentren und zum Beispiel den öffentlichen Räumen von Hotels oder Krankenhäusern.

Dort, in den Krankenhäusern wurden nicht – wie zum Beispiel in Deutschland – noch 2020 Tausende Intensivbetten abgebaut. Vielmehr ist man auch auf eine schlechtere Lage vorbereitet und viele Krankenhäuser rüsten auf und um, zum Beispiel durch hausinterne Desinfektions- und Transportroboter und Neuorganisation der Abteilungen.

Im Freien sieht man es kaum, dass Behörden oder Polizei sich einmischen und das zu Hause bleibt absolut unangetastet. Wenig sinnvolle Maßnahmen, wie zum Beispiel das Arbeitsverbot für Friseure, wurden aufgehoben. angeschlossenen Anwaltsbüro,

Belohnt wurde dies umsichtige Handeln durch die weltweit mit wenigsten Toten und eine Wirtschaft, die nur auf den Aufschwung wartet, sobald der Rest der Welt ähnlich umsichtig handelt.

Sieger und Verlierer

Wie erwähnt, gibt es auch in Thailand die gleichen Sieger und Verlierer. Online-Shops boomen, während kleinere Läden unter den Beschränkungen leiden. IT- und Gesundheitsbranche leiden weniger, während der Tourismus von Pleiten geprägt ist. Immobilienpreise sinken und reiche Investoren kaufen.

Die wichtigste Erkenntnis aber lautet: Westliche Unternehmen mit eigener Präsenz bleiben stabil oder bauen sogar die Präsenz aus. Unternehmen, die auf den klassische Export/Import über Händler vertrauen, verlieren zumeist an Boden.

Wie auch schon in früheren Krisen honorieren thailändische Kunden Unternehmen aus dem Ausland, die vor Ort tätig sind, mit großer Loyalität. Der „eigene Mann“ oder das eigene Team vor Ort halten Verbindung zu den Kunden. Der Importeur hingegen kämpft eher „um seine eigene Haut“ und baut schon mal aus Kostengründen Personal ab, ehe er es für seine Prinzipale in Europa bereithält und in Verluste rutscht.

Wer aber als europäischer Hersteller zum Beispiel durch ein staatlich gefördertes TISO als Serviceunternehmen, eine kostengünstige Business Unit bei Sanet Trade & Services oder gar durch eine Produktion in Thailand vertreten ist, der gewinnt wichtige Marktanteile, die später satte Erträge bringen sollten.

Unter dem Strich steht zu befürchten, dass Unternehmen, die zu einem solchen Engagement nicht bereit waren oder nun auch nicht im letzten Augenblick bereit sind, nicht nur den thailändischen, sondern weite Teile des asiatischen Markts für immer verlieren.

RCEP – das Ende der Exporte nach Asien?

Krisenzeiten verändern Märkte. Fast unbemerkt in der europäischen Wirtschaft wurde 2020 die *Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)* gegründet. Dabei handelt es sich um ein Freihandelsabkommen zwischen Thailand, den 9 weiteren ASEAN Staaten, China, Japan, Südkorea, Australien und Neuseeland.

Der neue Pakt bedeutet nichts anderes, als dass alle Unternehmen, die außerhalb dieser Zollunion produzieren, nicht nur höhere Steuer-, Arbeits-, Produktions- und Frachtkosten haben, sondern darüber hinaus auch noch massive Zollnachteile haben werden.

Zusätzlich ist zu beachten, dass Produzenten ihre Materialien und Komponenten aus all diesen Ländern zollfrei beziehen und als Regionale Wertschöpfung („Regional Content“) für zollfreie Exporte anrechnen können. Länder wie Thailand gewährten ihren Investoren dazu über bis zu 13 Jahren ganz oder teilweise Befreiung von der Körperschaftsteuer.

Unternehmen, die zukünftig nur noch in diese Region "hinein exportieren" wollen, werden die bittere Erfahrung machen, dass sie statt dessen "aussen vor" bleiben.

Was jetzt zu tun ist für deutsche Unternehmen.

Panik ist in Krisenzeiten ein schlechter Ratgeber. Oft führt sie zur „Angststarre“, wo kühles unternehmerisches Überlegen gefordert ist. Dabei gibt es klare Optionen, wie sich Unternehmer auf die veränderte Zeit im Export nach COVID vorbereiten sollten.

- **Unternehmen, die bereits durch eine eigene Präsenz in ASEAN vertreten sind**, können diese verstärken oder neu ordnen. Ist zum Beispiel Singapur noch der richtige Standort, um nahe an den Industriezentren zu sein? Muss ich ihn verlagern oder ihm Vertriebsstellen, zum Beispiel als Business Unit, in diesen Ländern angliedern?

Bin ich legal aufgestellt oder bin ich gesetzeswidrig zum Beispiel als RepOffice vertrieblich tätig? Dann wird es Zeit, das in Ordnung zu bringen! Nach der Krise werden Wettbewerber sich der illegalen Konkurrent entledigen wollen, sobald sie selbst entschlossen eine legale Präsenz aufgebaut und diese finanziert haben.

- **Unternehmen, die über Importeure vertreten sind**, sollten sich Gewissheit verschaffen, ob sie mit indirekten Kundenkontakten und zusätzlichen Margenverlusten in die neue Zukunft gehen wollen.

Eine Marktpotenzialanalyse gibt Auskunft über das wirkliche Potential und darüber, ob dies der Importeur ausreichend ausschöpft. Unternehmen wie die deutsch geführte Sanet-Gruppe in Bangkok leisten hier hervorragende Arbeit bei der Potenzialermittlung und der Beurteilung beziehungsweise des Import-Partners.

- **Unternehmen, die nach eigener Einschätzung oder einer Potenzialanalyse unzureichend im Markt repräsentiert, müssen jetzt entscheiden, ob sie den Markt aufgeben oder sich nun selbst engagieren sollen.**

Wenn das neue Marktwachstum beginnt, wird es schnell zu spät sein. Schwache Importeure werden sich nicht erholen. Die Kunden lernen aus der Erfahrung und werden nur Lieferanten suchen, die regional vertreten und intensiv im Service sind.

Das Trade und Investment Service Office (**TISO**) unter BOI oder die Business Unit (BU) bei Sanet Trade & Services in Bangkok bieten ideale Einstiegsmöglichkeiten.

- Unternehmen, die bereits stark im Vertrieb vertreten sind, sollten sich überlegen, ob sie nicht „**in der Region für die Region**“ produzieren wollen.

Thailand ist ein verlässliches Investitionsland. Es hat eine weitgehend römische (deutsch/französisch/italienisch/niederländische) Rechtsordnung im Zivilrecht, erlaubt Landeigentum und ist Mitglied von RCEP. Produzenten in Thailand können ihre Komponenten aus ganz Ost- und Südostasien zollfrei beziehen und ihre Produkte zollfrei exportieren.

- Die unternehmerische Welt ist auf dem Weg zu einer Neuordnung. Unternehmen brauchen eine Strategie. Ganz gleich ob Vertrieb oder Produktion: Mit Abwarten ist nichts gelöst.

Bei der **Strategieentwicklung** sollte man gerade jetzt erfahrene Industrieberater aus der Region einbeziehen. Die Sanet-Gruppe mit Industrieberatung über weite Branchen, Anwälten und Marktexperten hat bereits zahllose Handels- und Produktionsunternehmen aus der westlichen Welt in Thailand etabliert. Sie bietet individuelle Strategieentwicklung über Workshops vor Ort oder Online an.

Portrait

Die thailändisch-deutsch geführte Sanet Gruppe in Bangkok konzentriert sich seit 17 Jahren auf praxisnahe Beratung internationaler europäischer Mittelständler in Thailand und Südostasien. Gegründet von dem Unternehmer und Rechtsanwalt Dr. Gunter Denk, bewährt sich Sanet heute als "One-Stop-Dienstleister" für Thailand und ASEAN. Das Sanet Team umfasst 35 Mitarbeiter aus den Gebieten Management-Consulting, Recht und Vertrieb,.

Zur Gruppe gehören in Bangkok die Management- und Marktberatung SANET ASEAN ADVISORS, das Handelsunternehmen Sanet Trade & Services, das thailändische-deutsche Anwaltsbüro Sanet Legal. Ltd (legal.sanet.eu) und der Recruiting Service CREATING CAREERS.

Sanet hat seit 2004 zahlreiche Unternehmen aus ganz Europa, den USA, Australien und Südostasien in den thailändischen Markt und darüber hinaus eingeführt.

News-ID: 1204234 • Views: 1051 (Stand: 13.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1204234/Exportmarkt-Thailand-nach-COVID-Ende-oder-Neubeginn-einer-Erfolgsstory.html>