

01-2019

China *insight*

Wirtschaftsmagazin



致
遠

Strategiediskussion: Chancen und Herausforderungen in der Zusammenarbeit

ElringKlinger: Wir profitieren von „Made in China 2025“



MAGAZIN AUS DEM DEUTSCH-CHINESISCHEN ÖKOPARK QINGDAO



FREY ARCHITEKTEN GROUP
德国弗莱建筑集团
WFP ARCHITEKTEN

Nachhaltige Architektur
可持续建筑设计及城市规划
Since 1959

Die Frey Gruppe realisiert seit 1959 zahlreiche Bauaufgaben jeglicher Größenordnung für Auftraggeber im In- und Ausland. Heute ist die Frey Gruppe als Investor, Projektentwickler, Immobilienverwalter und Architekturbüro in zweiter Generation unter Wolfgang Frey international tätig, u.a. in Europa, China, Israel etc.

Nach der Expo in Shanghai 2010, auf der die Frey Gruppe die „Green City“ Freiburg vertrat und mit dem „BEST PRACTICE AWARD“ ausgezeichnet wurde, übernahm die Gruppe zunehmend Bauaufgaben in Asien. 2015 gründete Wolfgang Frey mit Jiakun Wang das Büro WFP Architekten, dessen Schwerpunkt auf dem ökologischen, nachhaltigen Bauen liegt, insbesondere von Niedrigenergiehäusern wie z.B. Passivhäusern. Darüber hinaus stehen WFP Architekten für ein modernes Architekturdiesign und eine zukunftsorientierte Stadtplanung.

Aktuelle Projekte: „Heidelberg Village“ in der Heidelberger Bahnstadt, der „Smart Green Tower“ in Freiburg (beide als Planer und Investor), die Königliche Reitschule in Abu Dhabi, in China ein Passivhaus-Kindergarten (Nanchang), das Shandong Lao-ling Museum, eine Passivhaussiedlung in Qingdao (als Planer und Investor) u.v.m.

WFP Architekten

- Freiburg
- Beijing
- Qingdao
- Shanghai
- Taiyuan

wfp-architekten.com



Gegeneinander oder besser miteinander?

Anfang Januar hat der Bundesverband der Deutschen Industrie in einem Grundsatzpapier eine deutsche und europäische Industriestrategie angemahnt. Knapp einen Monat später präsentierte der deutsche Wirtschaftsminister seinen Entwurf für eine Industriepolitik, die darauf zielt, die deutsche (und europäische) Wirtschaft im globalen Wettbewerb wieder zu *dem* Fels zu machen, der sie einmal war. Genauer gesagt, es werden Maßnahmen beschrieben, die zu ergreifen sind, damit bestimmte Branchen den Anschluss nicht verlieren. Um die Industrien der Zukunft geht es in erster Linie.

„Endlich“, wird der eine oder andere zu sagen geneigt sein. In der Tat ist nichts dagegen einzuwenden, dass nunmehr auch die Deutschen (und Europäer) Antworten auf die Herausforderungen der Zeit und vor allem des Tempos der Veränderungen suchen – und handeln. Die Politik schafft Rahmenbedingungen, die es Unternehmen leichter machen, mit der rasanten technischen Entwicklung Schritt zu halten. Gezielte Finanzierungen und Förderungen sollen dem ebenso dienen wie die Bündelung von Kräften durch Fusionen. Der Zweck ist, die Schlagkraft der Unternehmen zu erhöhen. Zeit wird's. Das ist kluge Wirtschaftspolitik. Dass dem „alten Kontinent“ droht, damit in eine Planwirtschaft abzugleiten, das ist Nonsens.

Interessant ist allerdings: Wirtschaftsminister Peter Altmaiers auf das Jahr 2030 ausgerichteten Vorstellungen erinnern in weitem Zuge an die in Europa eher kritisch betrachtete chinesische Wirtschaftsstrategie „Made in China 2025“. Und zwar nicht nur bei den Methoden, sondern auch bei den Branchen, in denen Deutschland wie China eine führende Position anstreben.

Letzteres wird freilich unterschiedlich ausgedrückt. Den Chinesen werfen die Europäer vor, die globale Dominanz in einzelnen Branchen erzielen zu wollen. Der Bundeswirtschaftsminister spricht von globaler Kompetenz und Industrie-Führerschaft. Unterschiedliche Begriffe – derselbe Inhalt.

Allerdings – und das ist dann doch ein Unterschied – richtet sich die chinesische Wirtschaftsstrategie nicht gegen einen Einzelmarkt. Dagegen wird sowohl beim BDI als auch beim Bundeswirtschaftsminister die Stoßrichtung sehr deutlich: Auf den Wettbewerb aus China (und den USA) muss reagiert werden. Im selben Atemzug wird die Bedeutung des chinesischen Marktes für die deutsche Wirtschaft beteuert.

Die internationale Konkurrenz wird in Zeiten rapider technologischer Umbrüche bei gleichzeitig schwächelnder globaler Konjunktur härter. Keine Frage. Gleichzeitig kann die weltweite wirtschaftliche Vernetzung nicht negiert werden. Daher sind gegen einen Wettbewerber gerichtete Strategien die falsche Lösung. Miteinander Antworten finden, statt gegeneinander zu agieren – das wäre klüger.



Peter Tichauer • Chefredakteur

INHALT

6 Nachrichten

Titelthema: Strategiediskussion



- 8 Chinas Auslandsinvestitionen und Europas Industriepolitik
Warum in Europa Marktzugangsbeschränkungen für China gerade jetzt diskutiert werden
- 10 BDI-Grundsatzpapier:
Eher Bestandsaufnahme als Kampfansage
- 12 Es gibt beiderlei: Chancen und Herausforderungen
Interview mit Simone Pohl
- 15 Weniger chinesische Übernahmen in Europa

Wirtschaftsrecht

- 16 Beginn einer neuen Ära?
Chinas neues Auslandsinvestitionsgesetz

Ökopark-News



- 20 Den „Innenausbau“ beschleunigen
Gespräch mit Zhu Tieyi
- 23 Neus Gründerzentrum für Wissenschaftler

- 23 Ökopark in den Top-Ten der Industrieparks
- 23 Arbeitskonferenz 2019: Internationalität stärken
- 24 Regensburg in Qingdao:
Ostbayerische Wirtschaftsmetropole eröffnet im Ökopark Repräsentanz
- 24 Ohne weltweite Kooperation keine florierende Wirtschaft
Gertrud Maltz-Schwarzfischer im Interview
- 27 Investoren „fängst“ Du
mit guter Bildungsinfrastruktur
Gespräch mit Jürgen Helmes
- 28 Scharnier für Wirtschaftstreibende
- 30 Getroffen: Fei Yuqi
Mannheims Mann in Qingdao –
Ich will noch mehr bewegen

Unternehmergespräch



- 32 ... mit Winfried Michels:
Im Markt mehr Orange etablieren

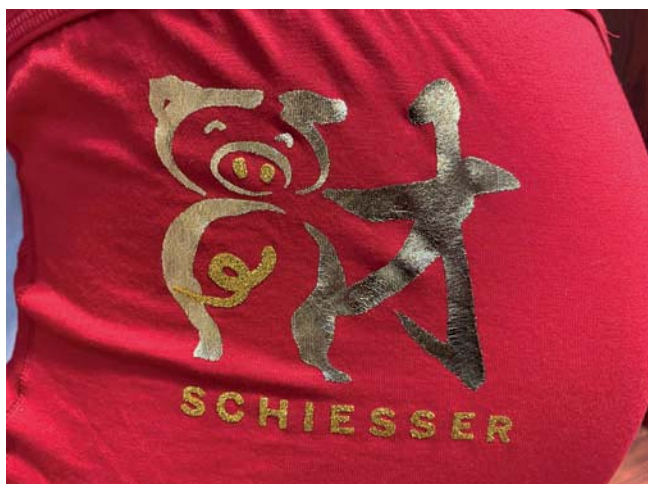
Standort



- 34 Hidden Champions zur „Heimat“ werden
Mit Modernisierungsstrategie Shandongs
Attraktivität steigern

Branchen & Unternehmen

- 40 Wir profitieren von „Made in China 2025“
ElringKlinger: Hochwertige Zulieferungen
für Chinas Maschinenbau und Medizintechnik



- 43 Erfolg auf Tradition bauen
Frühlingsfest-Saison mit Schwein meistern

Gesellschaft & Kultur



- 46 Hommage an Wanderarbeiter
47 Chinas Pass im Ranking aufgestiegen
47 China Southern: 21 Millionen Flugstunden 2018
47 Gelesen ... und gewundert
48 Das Netz zum Fischen mitbringen
Verhandlungsalltag in China
50 Nächstens am Morgen (4)
Betrachtungen von Wolfgang Kubin

I M P R E S S U M

China insight Wirtschaftsmagazin

Herausgeber: Deutsch-Chinesischer
Ökopark Qingdao

Redaktion und
Gestaltung: Peter Tichauer

Deutsch-Chinesischer Ökopark Qingdao
Tuanjie Lu 2877, West Coast New Area, Qingdao
China 266 555

Telefon +86 532 8316 5531
<http://www.sgep.cn> <http://www.sgep-qd.de>

Titelfoto: © BASF SE

Erscheinungsweise: vierteljährig

Auflage: 1.500

Druck: Huanhai-Druckerei,
Qingdao

Redaktionsschluss: 18. März 2018

Alle Beiträge in dieser Ausgabe sind urheberrechtlich geschützt. Die Informationen wurden mit journalistischer Sorgfalt erarbeitet, für mögliche Irrtümer übernimmt die Redaktion jedoch keine Haftung.





Nur zwei Provinzen haben für 2019 höhere Wachstumsziele als 2018 formuliert: Hainan (Foto) und Hunan.

PROGNOSE

Weltbank sagt 6,2 Prozent Wachstum für 2019 voraus

In ihrer aktuellen Wirtschaftsprognose geht die Weltbank von einer Verlangsamung des Wirtschaftswachstums im laufenden Jahr aus. Die globale Wirtschaft legt demnach nur noch um 2,9 Prozent zu, ein Zehntel Prozentpunkt weniger als im Jahr 2018. Verantwortlich seien dafür weltweit zunehmende Schwierigkeiten an den Finanzmärkten sowie die Intensivierung der Handelskonflikte.

Die Lockerung in der chinesischen Fiskalpolitik als Reaktion auf ein schwieriger werdendes globales wirtschaftliches Umfeld werde den Vorhersagen der Weltbank-Analysten zufolge der chinesischen Wirtschaft ein Wachstum von 6,2 Prozent bescheren. 2018 wuchs Chinas Wirtschaft im Jahresvergleich um 6,6 Prozent.

Für die entwickelten Industrieländer geht die Weltbank 2019 von einem Wirtschaftswachstum von nur noch zwei Prozent gegenüber 2,2 Prozent 2018 aus. Und auch für die sich entwickelnden Märkte

korrigieren die Weltbank-Ökonomen ihre Prognose vom Juni 2018: In dieser Ländergruppe wächst die Wirtschaft um 4,2 Prozent, so die Vorhersage. Ursprünglich war von einem 4,7-Prozent-Plus ausgegangen worden.

STATISTIK

Volkskongress formuliert Wirtschaftsziele für 2019

China rechnet in diesem Jahr mit einem Wirtschaftswachstum von sechs bis 6,5 Prozent. Das geht aus dem Bericht der Regierung vor dem Nationalen Volkskongress am 5. März 2019 hervor. Im vergangenen Jahr legte die chinesische Volkswirtschaft um 6,6 Prozent zu. Um ein stabiles Wachstum zu sichern, sollen Unternehmen im laufenden Jahr um insgesamt 2.000 Milliarden Yuan entlastet werden, heißt es weiter. Im produzierenden Gewerbe wird die Mehrwertsteuer um drei Prozentpunkte auf 13 Prozent gesenkt. Im Transport- und Baugewerbe wird sie um einen Prozentpunkt auf neun Prozent reduziert.

Außerdem soll die Teuerungsrate die Drei-Prozent-Marke nicht übersteigen. Geplant ist, in urbanen Gebieten elf Millionen neue Arbeitsplätze zuzuschaffen und die Erwerbslosenquote bei maximal 4,5 Prozent zu halten.

Zuvor hatten die einzelnen Provinzen ihre Wachstumsziele für 2019 definiert. Mit zehn beziehungsweise neun Prozent

Vergleich der Ziele für das Wirtschaftswachstum (in Prozent)		
	2019	2018
Tianjin	4,5	5,0
Heilongjiang	> 5,0	> 6,0
Jilin	5,0 – 6,0	6,0
Xinjiang	5,5	7,0
Chongqing	6,0	8,5
Gansu	6,0	6,0
Innere Mongolei	6,0	6,5
Guangdong	6,0 – 6,5	7,0
Peking	6,0 – 6,5	6,5
Shanghai	6,0 – 6,5	6,5
Liaoning	wie Landesdurchschnitt	6,5
Shanxi	6,3	6,5
Hebei	6,5	6,5
Shandong	6,5	> 7,0
Zhejiang	6,5	7,0
Jiangsu	> 6,5	> 7,0
Qinghai	6,5 – 7,0	7,0
Ningxia	6,5 – 7,0	7,0
Guangxi	7,0	7,0 – 7,5
Hainan	7,0 – 7,5	7,0
Henan	7,0 – 7,5	7,5
Sichuan	7,5	7,5
Anhui	7,5 – 8,0	> 8,0
Hubei	7,5 – 8,0	7,5
Hunan	7,5 – 8,0	8,0
Shaanxi	7,5 – 8,0	8,0
Fujian	8,0 – 8,5	8,5
Jiangxi	8,0 – 8,5	8,5
Yunnan	8,5	8,5
Guizhou	9,0	10,0
Tibet	10,0	10,0

Quelle: Zhongxin Wang

planen Tibet und Guizhou wie im Vorjahr das höchste Wachstum. Das Gros der Provinzen geht davon aus, dass ihre Wirtschaftsleistung im Rahmen des gesamtchinesischen Wirtschaftswachstums zulegen wird, darunter die Provinz Shandong, die chinesische Hauptstadt Peking und die Wirtschaftsmetropole Shanghai. Unter Durchschnitt werden voraussichtlich Xinjiang (+5,5 Prozent), Jilin und Helongjiang (jeweils +5,0 Prozent) sowie Tianjin (+4,5 Prozent) wachsen.

Angesichts des schwierigeren wirtschaftlichen Umfeldes hat eine Reihe von Provinzen ihre Wachstumsvorgaben im Vergleich zum Jahr 2018 nach unten korrigiert, darunter die drei Provinzen mit dem höchsten Bruttoinlandsprodukt 2018: Guangdong und Jiangsu, die jeweils ein BSP von mehr als 9.000 Milliarden Yuan erwirtschaftet hatten, sowie Shandong mit einem BSP von 7.650 Milliarden Yuan. Guangdong hat die Wachstumsvorgabe von sieben auf sechs bis 6,5 Prozent nach unten korrigiert, Jiangsu von sieben Prozent auf „mehr als 6,5 Prozent“ und Shandong von mehr als sieben auf rund 6,5 Prozent. Liaoning hat sich als einzige Provinz nicht festgelegt und ein Plus formuliert, das „sich am Wachstum der gesamten Volkswirtschaft orientiert“. Hainan und Hunan haben dagegen Wachstumsziele, die leicht über denen des Vorjahres liegen.

BILANZ

Shandong's Außenhandel um 7,7 Prozent gestiegen

Angaben der Zollverwaltungen von Qingdao und Jinan zufolge haben Shandong-Unternehmen im vergangenen Jahr im Außenhandel 1.930 Milliarden Yuan, rund 250 Milliarden Euro, erwirtschaftet. Das entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Steigerung um 7,7 Prozent. Das Exportvolumen lag bei 1.060 Milliarden Yuan, die Importe beliefen sich auf 873 Milliarden Yuan. 61,7



Chinas Unternehmen der Plattformökonomie wuchsen 2018 überdurchschnittlich stark und steigerten ihre Gewinne im Jahresvergleich um 20,3 Prozent.

Prozent des Außenhandels der Provinz wurde von privaten Unternehmen realisiert. Wichtigste Handelspartner waren die USA, die Europäische Union, die ASEAN, Südkorea und Japan, auf die 52 Prozent des gesamten Außenhandels entfielen. Mit den Ländern entlang der Seidenstraße wurde im Außenhandel ein Volumen von 519,6 Milliarden Yuan erreicht, wobei Russland und Indien als Handelspartner eine wachsende Bedeutung erlangten.

VOLKSWAGEN

Absatz 2018 entgegen dem Trend zugelegt

Gemeinsam mit den chinesischen Joint-Venture-Partnern SAIC Volkswagen und FAW-Volkswagen hat die Volkswagen Gruppe im vergangenen Jahr 4,21 Millionen Fahrzeuge in China einschließlich Hongkong ausgeliefert, darunter 196.300 importierte Autos. Gegenüber dem Jahr 2017 entspricht dies einer Steigerung um 0,5 Prozent. Damit hat sich der Wolfsburger Autobauer deutlich gegenüber dem rück-

läufigen Absatztrend von Fahrzeugen im Jahr 2018 abgesetzt.

PLATTFORMÖKONOMIE

Internetdienstleister 2018 mit robustem Wachstum

Zahlen des Ministeriums für Industrie und Informationstechnologie zufolge hat Chinas Plattformökonomie 2018 Gewinne von 956,2 Milliarden Yuan, gut 125 Milliarden Euro, erwirtschaftet – 20,3 Prozent mehr als 2017. In Guangdong und Peking stiegen die Gewinne der Internet-Dienstleister mit 26,5 beziehungsweise 25,2 Prozent sogar noch stärker. Die Branche gab 2018 49 Milliarden Yuan für Forschung und Entwicklung aus, 19 Prozent mehr als im Jahr 2017. Laut Ministerium wurden knapp 90 Prozent der Branchengewinne von Informationsdienstleistern erwirtschaftet, gefolgt von E-Commerce-Unternehmen, die ihre Gewinne im Jahresvergleich um 13 Prozent steigerten, und von Anbietern für Online-Spiele, die gegenüber 2017 um 17,8 Prozent zulegten.

Fotos: pt



Ulrike Reisach

Chinas Auslandsinvestitionen und Europas Industriepolitik

Warum in Europa Marktzugangsbeschränkungen für China gerade jetzt diskutiert werden

Das Grundsatzpapier zu China, das der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) im Dezember 2018 veröffentlicht hat, hat in China und Deutschland unterschiedliche Reaktionen ausgelöst. Diese sind im Kontext der Entwicklung der deutsch-chinesischen Handelsbeziehungen und der Welt(handels)politik nachvollziehbar.

Freie Märkte und ein nicht-diskriminierender Marktzugang für Auslandsinvestitionen, das ist seit Ende der 1980er-Jah-

re das Credo marktwirtschaftlicher Demokratien, in Europa ebenso wie in den USA. Die Sowjetunion war kein Gegner



mehr, China hatte begonnen sich zu öffnen, und der Kapitalismus konnte es sich dank technologischer Überlegenheit leisten, anderen Marktzugang zu gewähren. Mit dem 1992 in Kraft getretenen Europäischen Binnenmarkt gelang es den europäischen Firmen, Größenvorteile zu erreichen und technologische Stärken international zu nutzen.

Chinas WTO-Beitritt

2001 wurde China Mitglied der Welthandelsorganisation (WTO), was bereits im Vorfeld viele internationale Investitionen anlockte. China galt damals noch als Entwicklungsland und war ein attraktiver Absatzmarkt für Industrieprodukte aus dem Ausland. Daher wurden lange Zeiträume zur Umsetzung seiner Verpflichtungen im Rahmen der WTO gewährt. China verlangte von ausländischen Investoren lokale Wertschöpfung („local content“), um industrielles Wachstum und Beschäftigung sicherzustellen. Joint Ventures mit 51 Prozent chinesischem Anteil sorgten dafür, dass die chinesischen Partner Know-how erwerben und zugleich wesentlichen Einfluss auf die Geschicke der Unternehmen nehmen konnten.

Gute Geschäfte trotz Handelshemmnissen

Dank des riesigen chinesischen Marktes blühte das Geschäft, das zum Beispiel der deutschen Automobilindustrie viele ertragreiche Jahre bescherte. Da die Erträge in Fabrikerweiterungen und neue China-Stützpunkte investiert wurden, war es auch nicht so schlimm, dass der chinesische Yuan nicht frei in Euro oder US-Dollar konvertiert werden konnte. Die asiatische Schuldenkrise 1997 und die von den USA ausgehende Finanzmarktkrise von 2008 führten auch in China zu massiven Wachstumseinbußen und waren Grund genug, die lokalen Firmen weiter finanziell und durch Staatsaufträge zu unterstützen. So werden ausländische Firmen entgegen der Zusagen beim WTO-Beitritt nach wie vor von öffentlichen Ausschreibungen ausgeschlossen.

Diese und andere Marktzugangsbeschränkungen wurden regelmäßig bei Regierungsgesprächen thematisiert und China verstand es, in Trippelschritten Erleichterungen herbeizuführen. Diese erfüllten längst nicht das WTO-Prinzip der Nicht-Diskriminierung, waren aber als symbolische Gesten erfolgreich. In Analogie zu einem der Strategeme Sun Zis könnte man sagen: Die ausländischen Verhandlungsführer bekamen einen Ziegelstein, der groß aussah und sich medial gut „verkaufen“ ließ, doch China bekam im Austausch langfristig den Edelstein, das technologische und marktorientierte Management-Know-how.

Chinas Aufholstrategie

China modernisierte und (teil-)privatisierte seine Staatsunternehmen, baute eine funktionierende Infrastruktur auf und balancierte den gesellschaftlichen Wandel ebenso wie wirtschaftliche Krisen. Die 2001 beschlossene Strategie des Ausschwärmens ins Ausland wurde erfolgreich fortgeführt. Immer mehr chinesische Investoren bauten Auslandsstützpunkte auf und übernahmen Firmen im Ausland. Bei vielen Firmenkäufen in Deutschland führten die chinesischen Investitionen zu Produktionserweiterungen und Neueinstellungen. Erst als China immer mehr und größere Firmen aufkaufte, Interesse an Energieversorgern, Häfen, Robotik- und Chip-Herstellern sowie Agrarchemie-Firmen zeigte, wurden zuerst in den USA und dann auch in Europa Zweifel laut, ob es sinnvoll ist, „strategische“ Firmen oder „kritische Infrastruktur“ zu verkaufen.


Ein Weckruf für Deutschland war im Jahr 2016 die Übernahme des Robotik-Herstellers Kuka durch Midea, ei-

BDI-GRUNDSATZPAPIER ZU CHINA:

Eher Bestandsaufnahme als Kampfansage

Unter dem Titel „Partner und systemischer Wettbewerber – Wie gehen wir mit Chinas staatlich gelenkter Volkswirtschaft um?“ hat der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) am 10. Januar 2019 ein Grundsatzpapier veröffentlicht. Die Überschrift lässt zunächst vermuten, es handele sich vordergründig um eine „Kampfansage“ an China, das als Deutschlands wichtigster Handelspartner außerhalb der EU inzwischen zu einem ernst zu nehmenden Wettbewerber auf dem Weltmarkt aufgestiegen ist, insbesondere in vielen Bereichen der modernen technologischen Entwicklung. Bei genauerem Hinschauen ist das Dokument zuallererst eine Bestandsaufnahme, was zu Chinas wirtschaftlichen Aufstieg im vergangenen Jahrzehnt geführt hat. China habe eine zentrale Wirtschaftsstrategie, die klare Ziele definiert und pragmatisch umgesetzt wird. Gleichzeitig werde ein eigenes Wirtschaftsmodell gefestigt, das nicht den Vorstellungen der durch Liberalität geprägten westlichen Marktwirtschaften entspreche. Der BDI unterstreicht, dass die „deutsche Industrie ... die Chancen des wirtschaftlichen Austausches mit China“, das „wesentliche Bestandteil der internationalen Wertschöpfungsketten“ ist, auch künftig nutzen wolle. Gleichzeitig müsste es Antworten auf die chinesischen Herausforderungen geben.

Um künftig im Wettbewerb mit China mithalten zu können, hat der BDI einen Katalog von 54 Forderungen an die deutsche Regierung und an die Europäische Kommission zusammengestellt, um den Standort Europa im globalen Wettbewerb zu stärken. Denn China habe klar erklärt, „bis 2049 in wichtigen technologischen Bereichen eine dominierende Stellung in der Weltwirtschaft“ erlangen zu wollen. Gefordert werden unter anderem eine ehrgeizige Industrie- und Innovationspolitik sowie „Instrumente, die unsere marktwirtschaftliche Ordnung widerstandsfähiger machen“. Der wirtschaftspolitische Rahmen für den europäischen Binnenmarkt solle gestärkt werden und für alle Unternehmen gelten, die sich in der Europäischen Union engagieren.

Knapp einen Monat später hat Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier am 5. Februar seine Ideen für eine deutsche Industriepolitik vorgestellt, in der er sehr klar die Hauptwettbewerber definiert – China und die USA. Ziel sei es, bis 2030 „gemeinsam mit den Akteuren der Wirtschaft einen Beitrag zur Sicherung und Wiedererlangung von wirtschaftlicher und technologischer Kompetenz, Wettbewerbsfähigkeit und Industrie-Führerschaft auf nationaler, europäischer und globaler Ebene in allen relevanten Bereichen“ zu erreichen – eine klare Parallele zu Chinas Strategie „Made in China 2025“. Der Minister definiert zehn Branchen, angefangen von der Stahl-, Kupfer- und Aluminium-Industrie über die Automobil- und optische Industrie bis hin zur Luft- und Raumfahrtindustrie und zur additiven Fertigung (3D-Druck).  Peter Tichauer



nen chinesischen Hersteller von Klimaanlage und elektrischen Haushaltsgeräten. Dabei wurden, wie bei anderen großen Übernahmen in Europa, sehr hohe Summen bezahlt. Das lässt einen industriepolitisch beziehungsweise staatlich motivierten Kauf vermuten. Hier zeigt sich klar der Systemwettbewerb, den auch der BDI adressiert: Deutschland agiert marktwirtschaftlich, während in China betriebliche und staatliche Interessen eng beieinander liegen. China lässt zum Beispiel keine ausländischen Investitionen in seinen sensiblen Sektoren zu und fördert Staatsbetriebe und strategische Projekte durch direkte und indirekte Subventionen. Was für echte Entwicklungsländer noch angehen mag, wird bei China, das in vielen Branchen



zum leistungsfähigen Wettbewerber geworden ist, immer kritischer betrachtet.

Der politische Kontext

Dass China die „Belt and Road Initiative“, Großfusionen in der Stahl- und Bahnindustrie und die Programme „Made beziehungsweise Created in China 2025“ realisiert, wirkt als Gesamtstrategie beeindruckend, aber durchaus ein wenig bedrohlich für ein Europa, das mit seinen eigenen Problemen ringt. Chinas (geo)politische Ambitionen fallen in eine Zeit, in der sich die USA aus der Welt-Diplomatie scheinbar

verabschieden, die geltenden Regeln des Welthandels in Frage gestellt werden und das Wirtschaftswachstum weltweit zu lahmen beginnt. Zudem greifen Medien und Politik die Skepsis der USA gegenüber chinesischen Herstellern im Hightech- und Kommunikationsbereich auf.

Die Sorgen wachsen durch das 2017 in Kraft getretene und in seinen Details noch unklare Cyber-Sicherheitsgesetz, das eine Pflicht zur Datenspeicherung in China vorsieht. Rechtsunsicherheit besteht zum Beispiel darin, ob und inwieweit es möglich ist, Daten aus China zu exportieren. Angesichts der großen Bedeutung von Daten für die Optimierung von Geschäftsprozessen, für Technologien und Kundengewinnung wird jede Einschränkung auf diesem Gebiet als massiver Eingriff in die Freiheit (privat-)unternehmerischen Handelns gesehen. Ein Zugriff auf Daten international aktiver Unternehmen kann aufgrund der Vernetzung der Geschäftsprozesse die gesamte globale Wertschöpfungskette kompromittieren. Es wäre also gut, mit China einen wirksamen Datenschutz und eine faire Datennutzung auszuhandeln, die nicht unter dem Primat des Parteizugriffs steht.

Zukunftsängste in Deutschland

Wenn Europa beschließen sollte, Hürden für die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen sowie für die Übernahme strategisch bedeutsamer Firmen zu errichten, kann dies kaum als unilaterale Diskriminierung interpretiert werden. Deutschland fühlt sich als Industrieland und Exportnation in der Defensive, sowohl gegenüber „Amerika first“ als auch gegenüber China. Zukunftsängste gehen einher mit hohen Energiepreisen und steigenden Sozialausgaben. Internet-Giganten aus den USA oder China greifen auf europäische Daten zu, hiesige Start-ups werden von den USA oder China aufgekauft und eine eigene große europäische Digitalzukunft ist nicht in Sicht. Um im internationalen Wettbewerb nicht zurückzufallen, wird der Ruf nach einer aktiveren deutschen und europäischen Wirtschafts- und Industriepolitik lauter. Dieses wurde im BDI-Papier deutlich, das mehr Investitionen in Forschung, Entwicklung, Bildung, Infrastruktur und Zukunftstechnologien fordert. ●

Ulrike Reisach

forscht und publiziert seit mehr als 30 Jahren zur deutsch-chinesischen Wirtschaftszusammenarbeit und lehrt an der HAW Neu-Ulm. www.ulrike-reisach.de/china und www.hs-neu-ulm.de/ulrike-reisach/

Es gibt beiderlei: Chancen und Herausforderungen

Interview mit Simone Pohl

Die in Deutschland geführten Diskussionen über die Zukunft des Chinageschäfts bedeuten keine Abkehr deutscher Unternehmen von ihrem Bekenntnis zum chinesischen Markt. Er behalte auch künftig seine hohe Bedeutung, so die Delegierte der Deutschen Wirtschaft in Shanghai, Simone Pohl. Allerdings betont sie auch die Notwendigkeit, endlich und konsequent gleiche Marktbedingungen für alle Marktteilnehmer zu schaffen.

Frau Pohl, wie sehen Sie die Zukunft der deutsch-chinesischen Zusammenarbeit?

Wir haben in China rund 5.200 deutsche Unternehmen, die hier in den vergangenen Jahrzehnten gut 1,1 Millionen Arbeitsplätze geschaffen haben. Gerade wurden die Handelszahlen für 2018 veröffentlicht: Fast 200 Milliarden Euro waren es im deutsch-chinesischen Handel im vergangenen Jahr. Allein das zeigt, welche Bedeutung die Märkte für beide Seiten haben. Allerdings sind die Prognosen der Unternehmen für das Jahr 2019 etwas verhaltener. Selbstverständlich war 2017 ein sehr starkes Jahr, auch 2018 hatte sehr gut begonnen, ehe sich das Geschäft im dritten und vierten Quartal ein wenig verlangsamt hatte, was erklärt, warum die Prognosen weniger optimistisch sind. Hinzu kommt das nicht einfache und herausfordernde regulatorische Umfeld. Auch das beschäftigt uns hier, vor allem die Frage, wie das Wettbewerbsumfeld weiter verbessert wird, angefangen vom Schutz geistigen Eigentums über Fragen der Internetsicherheit und Lizenzvergabe bis hin zum uneingeschränkten Marktzugang. Es geht um ein Level Playing Field für alle Unternehmen.

Selbstverständlich spüren die Unternehmen auch die Auswirkungen des chinesisch-amerikanischen Handelskonfliktes. Bei unserer Geschäftsklimaumfrage im vergangenen Jahr gab ein Drittel der Unternehmen an, direkt oder indirekt von dem Konflikt betroffen zu sein. All das sorgt für gewisse Verunsicherung.

Diese Verunsicherung bringt das Anfang Januar vom Bundesverband der Deutschen Industrie veröffentlichte Grundsatzpapier zu China auf den Punkt, das dem Ver-



Simone Pohl ist Delegierte der Deutschen Wirtschaft in Shanghai.

nehmen nach beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag jedoch keine uneingeschränkte Zustimmung fand und in China für einiges Unverständnis gesorgt hat. Wie ordnen Sie das Dokument ein?

Ich denke, das Papier macht sehr deutlich, wie intensiv sich Deutschland mit der künftigen Gestaltung der Beziehungen zu China auseinandersetzt. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag hatte ja schon Ende 2018 seinen Aktionsplan für 2019 veröffentlicht. Es geht um sehr komplexe Themen. Für uns war es wichtig, die Herausforderungen für das Chinageschäft zu benennen. Gleichzeitig verweisen wir aber auf die Möglichkeiten für die Zusammenarbeit. Chancen wie Risiken zu erwähnen, darauf kommt es an.

Auch Chinas Unternehmen stehen vor Herausforderungen. Steigende Lohnkosten erfordern höhere Effektivität in der Produktion. Zunehmende Digitalisierung in der Wirtschaft bietet deutschen Unternehmen im Chinageschäft neue Perspektiven.

Aus dem BDI-Dokument und auch dem Entwurf für eine deutsche Industriepolitik, die der Bundeswirtschaftsminister Anfang Februar vorgestellt hat, spricht scheinbar die Angst vor einem chinesischen Wettbewerber.

Die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen zu stärken und dafür die entsprechenden Rahmenbedingungen zu schaffen, das ist grundsätzlich nur zu begrüßen. Dazu gehört

eben auch die Forderung, überall auf der Welt für alle Marktteilnehmer dieselben Bedingungen zu schaffen.

Das verspricht auch Chinas neues Investitionsgesetz.

Im Vergleich zu den bisherigen Regulierungen ist das Gesetz ein großer Fortschritt, den wir begrüßen. Allerdings bleibt bisher vieles noch recht vage und unkonkret. Damit ist der Spielraum für Interpretationen relativ groß. Unklar ist, wie die Durchführungsbestimmungen konkret aussehen werden.

Klar ist aber, dass die Differenzierung zwischen in- und ausländischen Investitionen bestehen bleibt. Das ist durchaus ein Wermutstropfen.

In welchen Bereichen sehen Sie in den kommenden Jahren vor allem Möglichkeiten für intensivere Zusammenarbeit mit China?

Im Umweltbereich beispielsweise. Hier hat Deutschland viel zu bieten und China ist ein bedeutender Player, auf den heute keiner verzichten kann, wenn Umweltprobleme global gelöst werden sollen. Wichtig ist mit Sicherheit auch eine verstärkte Zusammenarbeit im Bereich der Standardisierung. Und schließlich kann China noch stärker als Testfeld für neue Produkte genutzt werden. Das Land ist sehr dynamisch. Die Menschen sind außerordentlich technikaffin. Das Innovationstempo ist hoch. Davon müssen wir profitieren.

Haben Sie die Zukunftstechnologien in Ihrer Aufzählung bewusst ausgelassen?

Sie meinen die Digitalisierung? Nein, selbstverständlich nicht. Die Digitalisierung ist ein ganz wichtiger Zukunftsbereich für die Zusammenarbeit. Wenn wir über die Standardisierung sprechen, geht es auch um die Digitalisierung.

Auf die Affinität der Chinesen zu neuen Technologien hatte ich schon verwiesen. Schauen Sie sich die Trends in China an, auch in der Industrie, die mit steigenden Lohnkosten zu kämpfen hat. Mehr Effizienz ist erforderlich. Dafür haben deutsche Unternehmen Lösungen. Digitalisierung wird in der Zusammenarbeit zunehmend eine Rolle spielen. Aber auch hier dürfen wir die Herausforderungen nicht unterschätzen: Wie etwa Standards gesetzt werden. Oder die Forderung, Daten zu lokalisieren.

Deutschland wie China haben den Anspruch, technologisch und industriell weltweit führend zu sein. Was hat aus Ihrer Sicht Deutschland, China aber nicht?

Deutschland hat eine gewachsene Innovationskultur und positioniert sich in den weltweiten Innovationsrankings



Produktion intelligenter Waschautomaten bei Haier in Qingdao: Dass chinesische Unternehmen zu Wettbewerber deutscher Firmen werden, dagegen kann per se nichts gesagt werden. Wichtig ist, dass chinesische wie ausländische Unternehmen dieselben Marktbedingungen haben.

immer weit vorn. Wir haben ein transparentes Rechtssystem, was für die wirtschaftliche Entwicklung eine wichtige Grundlage ist. Wir haben eine vollkonvertible Währung. Außerdem sichert die duale Berufsausbildung Deutschland internationale Wettbewerbsfähigkeit.

Und schließlich gibt es in Deutschland viele sehr erfahrene Mittelständler, die international aktiv und wettbewerbsfähig sind. Unsere „Hidden Champions“ sind schon

etwas ganz Besonderes und sie haben einen wesentlichen Anteil daran, dass die deutsche Wirtschaft heute so wettbewerbsfähig ist.

Und was hat China, Deutschland jedoch nicht?

Einen gewaltigen Binnenmarkt mit einer wachsenden kaufkräftigen Mittelschicht. Eine Vielzahl von Daten, die bestimmte technische Entwicklungen ermöglichen und auch

vereinfachen. Sie erfolgreich einzusetzen, erlaubt die Offenheit der Menschen für technische Neuerungen. Dazu ein außerordentlich dynamischer Markt: Das sogenannte „Time to Market“ hat in China eine viel größere Bedeutung als in Deutschland.

Und dann hat China im Unterschied zu Deutschland große Entwicklungs- oder Pilotzonen, in denen bestimmte wirtschaftspolitische Maßnahmen erprobt werden, bevor sie landesweit eingeführt oder aber auch verworfen werden.

Vorteile beider Seiten zusammenzubringen, müsste demnach das Bestreben sein. In dem erwähnten BDI-Papier wird China sowohl als Partner als auch als systemischer Wettbewerber bezeichnet. Was ist nun China für Deutschland?

Beides. China ist sowohl Partner als auch Wettbewerber. Das Land gehört für die deutschen Unternehmen zu den Top-Drei-Märkten in der Welt. Der Anteil der Firmen, für die China der wichtigste Markt in der Welt ist, nimmt zu. Selbstverständlich müssen sich deutsche Unternehmen in China auf sich verändernde Wertschöpfungsketten einstellen und auch darauf, dass chinesische Unternehmen immer stärker werden – und damit Wettbewerber. Gerade deshalb ist es wichtig, für alle dieselben Bedingungen zu haben.

Dass chinesische Unternehmen zu Wettbewerbern der deutschen Firmen werden ist ja nun per se erst einmal nicht schlecht?

Ganz und gar nicht. Der Punkt ist, ob für alle Unternehmen dieselben Regeln gelten.

Wer dieser Tage die Diskussionen in Deutschland verfolgt, könnte den Eindruck gewinnen, die deutsche Wirtschaft verabschiede sich aus China. Ist dies der Fall?

China ist nach wie vor ein Schlüsselmarkt für deutsche Unternehmen, die selbstverständlich auch schauen, ob künftig nicht vielleicht ein „China plus eins“ sinnvoll wäre. Das heißt, ob nicht parallel das Geschäft auf den an Bedeutung gewinnenden südostasiatischen Markt ausgedehnt wird. Aber der chinesische Binnenmarkt hat weiterhin eine hohe Attraktivität mit wachsendem Potenzial. Die Unternehmen produzieren ja hier in China vor allem für den lokalen Markt. Das werden sie künftig noch intensiver tun, wenn sich die Rahmenbedingungen weiter verbessern. ●

Mit Simone Pohl sprach Peter Tichauer

ERNST & YOUNG

Weniger chinesische Übernahmen in Europa

Einer Anfang Februar veröffentlichten Studie der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young (EY) zu M&A-Investitionen chinesischer Unternehmen in Europa und in der Schweiz zufolge ist das Volumen der chinesischen Übernahmen 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 46 Prozent auf 31,2 Milliarden US-Dollar gesunken. 196 Übernahmen und Unternehmensbeteiligungen wurden im vergangenen Jahr perfekt gemacht. Das sind 21 Prozent weniger als 2017. Größter Deal war die Übernahme von Daimler-Anteilen mit einem Volumen von neun Milliarden US-Dollar, gefolgt von der 6,3 Milliarden US-Dollar teuren Übernahme des finnischen Sportausrüsters Amer Sports Oy durch Anta Sports und der Übernahme des italienischen Mobilfunkbetreibers Wind Tre für 2,9 Milliarden US-Dollar. Laut Studie wurden insgesamt fünf Transaktionen mit einem Wert von mehr als einer Milliarde US-Dollar realisiert, im Jahr zuvor waren es noch elf.

Entgegen dem europäischen Trend verdoppelte sich dagegen die Zahl der Übernahmen in der Schweiz, wird in der Studie weiter festgestellt. Nach sieben Übernahmen im Jahr 2017 waren es im vergangenen Jahr 13.

Als Gründe für diesen Trend nennt Sun Yi, Leiterin des China Business Services Deutschland, Österreich und Schweiz bei EY, dass China selbst den Kapitalabfluss reguliert und Investitionen gezielt auf Kernbranchen konzentrieren möchte. Außerdem wirke sich das moderatere chinesische Wachstum auf Übernahmeaktivitäten aus. Und schließlich seien in Europa chinesische Investitionen nicht mehr so willkommen wie noch vor einigen Jahren. Sun Yi verweist darauf, dass Transaktionsprozesse komplizierter geworden seien. Potenzielle Investoren müssten bereits am Beginn der Verhandlungen ihre Liquidität nachweisen. Eine detaillierte Integrationsplanung werde von den potenziellen Käufern ebenso erwartet wie die Vorlage entsprechender Genehmigungen durch die Behörden. Auswirkungen auf chinesische Übernahmeaktivitäten im Ausland habe laut Sun Yi auch der von den USA angezettelte Handelskonflikt mit China. Sobald sich dieser entspanne und die chinesische Konjunktur wieder robuster werde, würden chinesische Unternehmen mittelfristig mehr Bereitschaft zu Investitionen im Ausland zeigen.

Die Studie macht einen weiteren Trend bei chinesischen M&A in Europa aus: Wurden 2017 noch 79 Industrieunternehmen durch chinesische Firmen übernommen, waren es 2018 nur 39. Im Hochtechnologiebereich reduzierte sich die Zahl der Übernahmen um zehn auf 22. Dagegen verdoppelte sich die Zahl der Übernahmen in den Bereichen Konsumgüter und Dienstleistungen von 13 auf 27. ● *pt*

Ralph Vigo Koppitz

Beginn einer neuen Ära?

Chinas neues Auslandsinvestitionsgesetz

Am 15. März 2019 hat der Nationale Volkskongress das neue Auslandsinvestitionsgesetz (Foreign Investment Law) erlassen. Es tritt zum 1. Januar 2020 in Kraft. Angesichts der Reichweite der sich damit verändernden Rahmenbedingungen für Auslandsinvestitionen in China ist dies eine signifikante historische Weiterentwicklung des chinesischen Rechts.

Vizepremierminister Deng Xiaoping entschied 1978, China für internationale Investoren zu öffnen. Sonderwirtschaftszonen sollten erste ausländische Beteiligungen in China ermöglichen. Schon ein Jahr später trat das erste Gesetz über Equity-Joint-Venture-Gesellschaften in Kraft, das mit späteren Änderungen bis heute gilt. 1986 kam dann das Gesetz über in 100-prozentigem ausländischen Kapital stehende Tochtergesellschaften hinzu und 1988 das Gesetz über vertragliche Joint Venture. Auf Basis des ursprünglichen Equity-Joint-Venture-Gesetzes wurde beispielsweise 1984 das erste Joint Venture zwischen Volkswagen und SAIC gegründet. Im Gegensatz dazu gab es für chinesische Aktiengesellschaften und GmbH seit 1993 ein eigenes Gesellschaftsgesetz.

Gleichbehandlung in kleinen Schritten

Mitte der 1990er-Jahre wurde schrittweise mit Vereinheitlichungen bei der Behandlung von ausländischen und chinesischen Rechtssubjekten und deren Investitionen begonnen. Beispielhaft stehen dafür:

- das Arbeitsgesetz von 1995, dessen Grundprinzipien sowohl für chinesische als auch für ausländische Arbeitnehmer gelten
- das Vertragsgesetz von 1999, mit dessen Einführung separate Gesetze für Verträge mit Auslandsbezug abgeschafft wurden
- die umfassende Reform des Gesellschaftsgesetzes 2006, wobei 100-prozentig ausländisch investierte Unternehmen bereits dazu verpflichtet wurden, ihre internen Organstrukturen an dieses Gesetz anzupassen (bei älteren, vor 2006 gegründeten 100-prozentig



Ralph Vigo Koppitz ist Chefrepräsentant und Partner der Kanzlei Taylor Wessing in Shanghai. www.taylorwessing.com

- ausländisch investierten Unternehmen finden sich teilweise noch heute diese am Equity-Joint-Venture-Recht angelehnten Strukturen)
- die Vereinheitlichung der Körperschaftssteuer 2008 mit dem Ziel, die bis dahin geltenden Spezialgesetze für ausländische und ausländisch investierte Gesellschaften abzuschaffen (Übergangsregeln regulierten die schrittweise Abschaffung bestimmter Steuervorteile für Joint Venture und 100-prozentig ausländisch investierte Unternehmen).

- das Sozialversicherungsgesetz von 2011, das ebenfalls erstmals die Gleichbehandlung von Ausländern und Chinesen vorsah.

Komplettierung des Systems

Diese Beispiele zeigen, dass China nicht erst 2019 mit einer rechtlichen Vereinheitlichung begann. Vielmehr ist dies ein über viele Jahre andauernder Prozess. Mit dem Erlass des Foreign Investment Laws wird dieses System in einem weiteren wesentlichen Bereich komplettiert.

Laut Statistiken des Handelsministeriums wurden allein im Januar 2019 etwa 4.650 ausländisch investierte Gesellschaften neu gegründet, davon 21 Prozent als Equity Joint Venture und 79 Prozent als 100-prozentige Tochtergesellschaften. Für die bislang fast eine Million ausländisch investierten Gesellschaften gilt ab 1. Januar 2020 das neue Foreign Investment Law. Gleichzeitig werden das Equity-Joint-Venture-Gesetz, das Gesetz über vertragliche Joint Venture und das Gesetz über in 100-prozentigem ausländischen Kapital stehende Tochtergesellschaften abgeschafft.

Der Gesetzgebungsprozess begann 2015. In einem ersten Entwurf mit etwa 170 Artikeln waren detaillierte Regelungen enthalten. Der Gesetzgeber hat sich zwischenzeitlich allerdings für eine deutlich schlankere Variante entschieden. Das nunmehr verabschiedete Gesetz umfasst lediglich 42 Artikel und ist deutlich allgemeiner als der Vorentwurf.

Das Foreign Investment Law enthält *generelle Prinzipien*, die als besonders positive Entwicklungen bei der weiteren Öffnung herausgestellt werden. Allerdings dürften diese in der Praxis eher eine untergeordnete Rolle spielen. Die Betonung des Schutzes des geistigen Eigentums ausländischer Investoren und deren Einbeziehung bei der Formulierung von Standards, des Verbots von erzwungenen Technologietransfers oder der generellen Gleichbehandlung („national Treatment“ – unter anderem beim staatlichen Beschaffungswesen) sowie von verwaltungsrechtlichen Rechtsbehelfen erscheint zumindest teilweise redundant. Denn viele bisherigen Gesetze garantieren schon ausreichenden Rechtsschutz nach internationalen Maßstäben. Das Problem lag in der Vergangenheit häufig eher in der Umsetzung dieser Rechtsvorschriften. Hieran dürfte auch eine erneute Betonung im Foreign Investment Law zunächst nicht zwingend etwas ändern, insbesondere weil Verweise auf andere Gesetze künftige Einschränkungen weiterhin nicht explizit ausschließen.

Genereller Investitionsrahmen erstmals zusammengefasst

Mit dem Foreign Investment Law wird der aktuelle generelle Investitionsrahmen für direkte und indirekte Auslandsinvestitionen (Greenfield, M&A, projektbezogen) erstmals in einem Gesetz zusammengefasst. So finden sich Regelungen zu

- Marktzugang (Negativliste, Gleichbehandlung)
- nationaler Sicherheitsüberprüfung bei sensiblen Projekten
- erforderlichen kartellrechtlichen Freigaben
- Definitionen wichtiger Rechtsbegriffe
- mit Geldbußen bis zu einer Million Yuan durchsetzbaren Berichtspflichten (zum Beispiel zur Bonität von Unternehmen).

Inwieweit indirekte Investitionen über Variable Interest Entities oder andere Strukturen (zum Beispiel Darlehen) durch das Gesetz erfasst werden, bedarf noch der Klärung.

Handlungsbedarf für Altgesellschaften

Kernstück der Reform ist aus praktischer Sicht allerdings die Gleichbehandlung der Investoren hinsichtlich der Organisation von Gesellschaften. Das neue Gesetz enthält keine Regelungen über die Rechtsform, internen Organstrukturen, und Satzungen von ausländisch investierten Unternehmen. Es wird hierzu lediglich und insbesondere auf das Gesellschaftsgesetz sowie das Partnerschaftsunternehmensgesetz verwiesen, also auf die Gesetze, die bislang bereits vor allem für chinesische Unternehmen gelten.

Für eine Übergangsfrist von fünf Jahren (bis 31. Dezember 2024) dürfen existierende Gesellschaften noch die alten Gesellschaftsformen, Organstrukturen und Satzungen beibehalten. Für alle ab dem 1. Januar 2020 neu gegründeten ausländisch investierten Unternehmen gilt aber bereits zwingend das neue Recht. Dies führt bei Altgesellschaften zu Handlungsbedarf:

- Alle existierende Joint Venture müssen bis Ende 2024 auf Grundlage des Gesellschaftsgesetzes umstrukturiert werden. Hieraus folgen im Einzelfall komplexe strategische Fragen. Unklar ist bislang die Rechtsfolge für den Fall, dass die Joint-Venture-Partner bis Ende der Frist keine Einigung hierüber erzielen sollten.
- Auch für vor 2006 noch in Anlehnung an die im Equity-Joint-Venture-Gesetz vorgegebenen Strukturen gegründeten Alt-Tochtergesellschaften kann



Mit dem neuen Auslandsinvestitionsgesetz öffnet China ausländischen Investoren seine Tore noch weiter.

entsprechender Umstrukturierungsbedarf bestehen.

Auswirkungen für Joint Venture

Die größten Auswirkungen zeichnen sich hierbei für Joint Venture ab: Höchstes Organ der Gesellschaften ist künftig die Gesellschafterversammlung und nicht mehr das Bord auf Directors. Außerdem fallen die zwingenden einstimmigen Bordbeschlüsse bei bestimmten gesetzlich definierten Entscheidungen weg. Diese Einstimmigkeit war bislang einer der wesentlichen Gründe, dass Joint Venture zunehmend an Attraktivität verloren. Ein Minderheitsgesellschafter konnte bislang durch sein Veto Entscheidungen über wesentliche Veränderungen im Unternehmen blockieren. Die mangelnde gesetzliche Flexibilität auch bei Anteilsvorkaufsrechten oder der Dividendenausschüttung führte teilweise zu umständlichen Offshore-Strukturen, zum Beispiel über Hongkong oder Singapur.

Künftig gelten für alle Joint Venture dieselben Regeln wie für rein chinesisch-investierte Gesellschaften. Lediglich für wenige Entscheidungen kann dabei eine Zwei-Drittel-Mehrheit in der Gesellschafterversammlung zwingend sein. In allen anderen Bereichen sind die Joint-Venture-Partner frei, abweichende Mehrheitsre-

geln und andere flexiblere Strukturen zu vereinbaren.

Offene Fragen

Fraglich ist derzeit allerdings noch, ob mit dem neuen Foreign Investment Law auch bislang für Joint Venture und 100-prozentig ausländisch investierten Gesellschaften geltende Mindestkapitalanforderungen zum Beispiel auf Basis der Gesamtinvestitionssumme und Beschränkungen bei der grenzüberschreitenden Finanzierung entfallen. Inwieweit zeitgleich mit dem Foreign Investment Law

auch die bisherigen Regularien über M&A-Transaktionen oder Holding-Gesellschaften abgeschafft oder verändert werden, ist derzeit ebenfalls noch offen. Hierfür spräche der Gleichbehandlungsgrundsatz.

Spannende neue Gestaltungsmöglichkeiten könnten sich insbesondere für Minderheitenbeteiligungen ergeben, zum Beispiel durch lokales Management (als Incentives). Dass Joint-Venture-, M&A- und andere gesellschaftsrechtliche Verträge für ausländisch investierte Unternehmen künftig freier Rechtswahl unterliegen könnten, erscheint bislang jedoch eher unwahrscheinlich.

Bisher größte Reform

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass mit dem Foreign Investment Law die bisher größte Reform des Rechts für ausländisch investierte Unternehmen in China seit der Öffnung des Landes im Jahr 1978 eingeleitet wurde. Für viele ausländische Gesellschafter ergibt sich hieraus Handlungsbedarf. Auch für sich derzeit in der Verhandlungsphase befindliche Joint Venture sollten bereits jetzt vorausschauend Änderungen und Zusätze in den Verträgen und Satzungen in Betracht gezogen werden, wenn mit der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens nicht bis 2020 nach neuem Recht und den erwarteten Einführungsregeln, vor allem des Staatsrats, abgewartet werden kann. ●

Ökopark-News

- 20** Den „Innenausbau“ beschleunigen
Gespräch mit Zhu Tieyi
- 23** Neus Gründerzentrum für Wissenschaftler
- 23** Ökopark in den Top-Ten der Industrieparks
- 23** Arbeitskonferenz 2019: Internationalität stärken
- 24** Regensburg in Qingdao:
Ostbayerische Wirtschaftsmetropole eröffnet
im Ökopark Repräsentanz
- 24** Ohne weltweite Kooperation keine
flourierende Wirtschaft
Gertrud Maltz-Schwarzfischer im Interview
- 27** Investoren „fängst“ Du
mit guter Bildungsinfrastruktur
Gespräch mit Jürgen Helmes
- 28** Scharnier für Wirtschaftstreibende
- 30** Getroffen: Fei Yuqi
Mannheims Mann in Qingdao –
Ich will noch mehr bewegen



Den „Innenausbau“ beschleunigen

Gespräch mit Zhu Tieyi

Seit 10. Januar 2019 ist Zhu Tieyi Präsident des Verwaltungskomitees der Zone für Internationale wirtschaftliche Zusammenarbeit Qingdao (Deutsch-Chinesischer Ökopark). In den vergangenen Jahren sei das „Fundament“ des Gewerbegebietes erfolgreich aufgebaut worden. Nun komme es darauf an, gemeinsam mit seinem „außerordentlich motivierten Team“ den „Innenausbau“ zu beschleunigen.

Dass er ein schwieriges Erbe angetreten hat, findet Zhu Tieyi nicht. Im Gegenteil. Er könne auf den Erfolgen seines Vorgängers aufbauen, der in den vergangenen sechs Jahren den Deutsch-Chinesischen Ökopark zu dem gemacht hat, was er heute ist. „Das ist ein gutes Fundament“, sagt er auf das Bauen Bezug nehmend. Das Haus stehe, nun wolle er

alles daransetzen, den „Innenausbau“ weiter voranzutreiben, und das Gebäude so gestalten, dass es den Erfordernissen der künftigen Entwicklung entspricht. Mit neuen Ideen den „Ökopark 2.0“ entwickeln. Der Präsident nennt das „er ci chuangye“ (二次创业), was so viel wie „zweite Gründungsphase“ heißt.

Der aus der nordostchinesischen Provinz Heilongjiang stammende Zhu Tiewi wurde am 10. Januar dieses Jahres zum Präsidenten des Verwaltungskomitees der Zone für Internationale wirtschaftliche Zusammenarbeit (Deutsch-Chinesischer Ökopark) berufen. Der heute 50-Jährige ist promovierter Ingenieur für Computer- und Robotertechnik und hat nach dem Studium mehrere Jahre in Chicago für den Telekommunikationsausrüster AT&T gearbeitet. „Das war für mich die Schule für internationale Zusammenarbeit“, sagt Präsident Zhu. Dort habe er gelernt, was Effizienz bedeutet und wie erfolgreiche Arbeit im Team funktioniert. Um die Jahrtausendwende folgte er dem Ruf nach Qingdao, wo er zunächst stellvertretender Bürgermeister des Bezirks Shinan war, des durch seine deutsche Architektur geprägten Bezirkes der Stadt, der aufgrund seiner Vergangenheit lebendiger Ausdruck für die traditionellen Verbindungen zwischen Qingdao und Deutschland ist. An ein Treffen mit Vertretern der deutschen Dachdeckerzunft erinnert sich Zhu Tiewi mit leuchtenden Augen. Sie waren in „seinem“ Bezirk zu Gast, um Möglichkeiten der Zusammenarbeit bei der Restaurierung der alten Bausubstanz auszuloten. In Shinan habe er nicht nur Erfahrungen beim Management eines vitalen

Wenn ein Unternehmen uns kennt und sich hier nicht ansiedelt, ist dies eine Sache. Eine andere Sache ist aber, wenn sich ein Unternehmen bei uns nicht ansiedelt, weil es uns nicht kennt.

Stadtviertels sammeln können, so Zhu Tiewi, sondern auch bei der Ansiedlung von Unternehmen – chinesischen wie ausländischen. 2007 dann der Wechsel zur Qingdaoer Radio- und Fernsehanstalt.

Künftig müsse sich der Deutsch-Chinesische Ökopark noch besser vermarkten. Das sind die Worte des Medi-

en-Experten Zhu Tiewi, der den Anspruch formuliert, nicht nur punktuell in einigen Regionen Deutschlands bekannt zu sein. Landauf und landab müsse der Ökopark zu dem Begriff eines nachhaltig wirtschaftenden deutsch-chinesischen Gewerbegebietes in China werden, an dem kein Weg vorbeiführe, so seine Forderung, die er noch unterstreicht: „Wenn ein Unternehmen uns kennt und sich aus verschiedenen Gründen entscheidet, sich hier nicht anzusiedeln, dann ist das selbstverständlich enttäuschend. Wenn sich aber ein Unternehmen bei uns nicht ansiedelt, weil es den Deutsch-Chinesischen Ökopark nicht kennt, dann ist das nicht akzeptabel.“

Unsere Marken stärken

Dasselbe gelte für andere Regionen. Auch wenn der Zusammenarbeit mit Deutschland, dem Ursprung des Deutsch-Chinesischen Ökoparks, künftig weiterhin ein besonderes Augenmerk gelte und noch mehr deutsche Regionen und Unternehmen für ein Engagement in dem Gewerbegebiet gewonnen werden sollen, müsse das Wort „International“ zu einem wichtigen Markenzeichen werden. Über die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Deutschland die Strahlkraft des Ökoparks auf andere europäische Länder und deren Unternehmen zu erweitern, hat sich der neue Präsident zur Aufgabe gemacht. Gleichzeitig müssten die Potenziale gehoben werden, die sich in unmittelbarer Nachbarschaft bieten, in Japan und Korea, aber auch in Südostasien. Zhu Tiewi sagt ganz klar, dass der Anteil ausländisch investierter Unternehmen in den kommenden Jahren deutlich erhöht werden soll. „Wir müssen uns konkrete Ziele für jedes Jahr stellen“, sagt er, „und unsere Strategien anpassen und Voraussetzungen schaffen, dass es für internationale Unternehmen interessant ist, hier zu produzieren.“ Die Forschungs- und Entwicklungslandschaft zu vervollkommen und den Unternehmen Dienstleistungen anzubieten, die maßgeschneidert deren Bedürfnissen entsprechen, sei das eine.

Daneben müsse „Ökologie“ künftig noch stärker zu einem Markenzeichen werden, mit dem nach außen offensiv operiert wird. Deutsche Unternehmen legten großen Wert auf Nachhaltigkeit, stellt Zhu Tiewi fest. Letzten Endes sei ja das Ziel, nachhaltiges und umweltfreundliches Wirtschaften gemeinsam zu fördern und dafür die notwendigen Grundlagen zu schaffen, der Kern der 2010 von den Regierungen Chinas und Deutschlands unterzeichneten Absichtserklärung für den Aufbau des Deutsch-Chinesischen Ökoparks

Qingdao gewesen. „Daran wird es auch künftig keine Abstriche geben“, bekräftigt der Präsident und fügt an: „Das Wort ‚Ökologie‘ darf aber nicht zu einer Hülse verkommen. Wir müssen deutlich machen, dass und warum es unser Markenzeichen ist.“

In diesem Zusammenhang kommt Zhu Tiewei auf die Normen im Deutsch-Chinesischen Ökopark zu sprechen, etwa für nachhaltiges oder Passivbauen. Diese zu formulieren, dürfe kein Selbstzweck sein. Vielmehr müssten sie „geordnet“ und auf eine wissenschaftliche Basis gestellt werden. Weniger allgemeine Normen, dafür aber klar definierte, mit denen Effizienzpotenziale tatsächlich erschlossen werden können. Vor allem müsse deutlich werden, wo und wie diese Vorgaben umgesetzt werden. Nur so könnten sie die Ausstrahlung erlangen, die ja im Gründungsvertrag für den Ökopark formuliert wurde. Erst wenn hier erprobte Modelle nachhaltigen Bauens und Wirtschaftens in anderen Regionen des Landes übernommen werden, sei das Ziel erreicht.

Zhu Tiewei macht es sehr deutlich: „Grün“, im Sinne von Nachhaltigkeit, werde auch künftig das Credo im Deutsch-Chinesischen Ökopark sein. Auf der diesjährigen Arbeitskonferenz des Ökoparks, die kurz nach dem Frühlingfest stattfand, hatte der Präsident allerdings auch erklärt, der Farbe „Grün“ müssten weitere Farben hinzugefügt werden. Was meint er damit? „Selbstverständlich muss ‚Grün‘ die ‚rote Linie‘ bilden, die nicht überschritten werden darf, wenn wir Unternehmen bei uns ansiedeln“, führt der Präsident aus. Das heiße aber nicht, dass „guten Firmen“, die interessiert sind, sich im Gewerbegebiet anzusiedeln und die zunächst als weniger umweltfreundlich gelten, automa-

tisch die Tore verschlossen bleiben müssen. Die Aufgabe der Verwaltung müsse sein, den Knoten zu durchschlagen und gemeinsam mit den Firmen Lösungen zu finden, die es möglich machen, interessante Unternehmen anzusiedeln, ohne dabei die ökologischen Prinzipien über Bord zu werfen.

Ein starkes Team

Zhu Tiewei will nicht alles anders machen. Er sagt sogar, dass er, obwohl ihm viele Herausforderungen vertraut sind, noch viel lernen müsse. Zhao Shiyu, sein Vorgänger, habe ihm ein „fruchtbares Feld“ hinterlassen, das den besten Boden biete, um den Ökopark nunmehr auf eine neue Stufe seiner Entwicklung zu heben. Was gut ist, soll erhalten bleiben, anderes lohne sich weiterzuentwickeln. Vor allem habe sein Vorgänger ein starkes Team aufgebaut, „das an einem Strang zieht“. Er lobt den Geist, der unter den Mitarbeitern herrsche, den Willen, gemeinsam etwas voranzubringen.

Die Vertreter der ausländischen Unternehmen im Ökopark schließt der Präsident dabei ausschließlich mit ein und drückt seinen Wunsch aus, dass sie ihm zur Seite stehen, um den „guten Ruf“ des Deutsch-Chinesischen Ökoparks noch besser über seine Grenzen hinaus zu tragen. Alteingesessene ausländische und inländischen Unternehmen und Firmen, die sich künftig hier ansiedeln, sowie das gesamte Team sollen, so die Vision des Präsidenten, zu einer großen und starken Gemeinschaft zusammenwachsen, um gemeinsam neue Entwicklungsperspektiven zu erschließen und die Zukunft zu gestalten. ● *Peter Tichauer*



Gemeinsam mit einem starken Team die Vision vom Ökopark 2.0 umsetzen.

Neus Gründerzentrum für Wissenschaftler

Mit der Gründung eines Gründer- und Innovationszentrums für chinesische und deutsche Wissenschaftler am 3. Januar 2019 wurde ein neues Kapitel in der Innovationstätigkeit von aus dem Ausland zurückgekehrten Studenten Qingdaos aufgeschlagen. Es bietet jungen Wissenschaftlern aus Deutschland und China optimale Bedingungen für Forschung, Entwicklung und Innovation sowie für die Gründung von Start-up-Unternehmen. Mit gezielter Unterstützung durch lokale Behörden soll es den Wissenschaftlern erleichtert werden, wissenschaftlich-technische Forschungs- und Entwicklungsergebnisse in die Produktion zu überführen.

Gründer des Zentrums sind der Deutsch-Chinesische Ökopark Qingdao, die Deutschland-Sektion der Western Returned Scholars Association Qingdao sowie die Vereinigung der Auslandsstudenten der Universität für Wissenschaft und Technologie Qingdao.

Ökopark in den Top-Ten der Industrieparks

Der Deutsch-Chinesische Ökopark gehört zu den Top-Ten der Wirtschaftszonen des Landes. Gemeinsam mit neun anderen Gewerbegebieten wurde der Ökopark am 12. Januar 2019 in Peking auf der Global-Times-Konferenz „40 Jahre Öffnung und Kooperation“ als eines der vitalsten Gewerbegebiete Chinas ausgezeichnet. Gewürdigt wurden das internationale Umfeld sowie die konsequente Orientierung auf eine nachhaltige Entwicklung im Ökopark und die Ansiedlung moderner Industrien, die sich auf intelligente Fertigung konzentrieren.

Die weiteren Preisträger sind der Zhongguancun Science Park in Peking, die Zhangjiang National Innovation Demonstration Zone in Shanghai, der Suzhou

Industriepark, die Wirtschaftsentwicklungszone Kanton, die TEDA in Tianjin, die Wuhan East Lake Hochtechnologie-Entwicklungszone, die Wirtschafts- und Technologie-Entwicklungszone Ningbo, die Wirtschafts- und Technologie-Entwicklungszone Qinhuangdao sowie das Dongling Innovationscluster für Kreativwirtschaft in Chengdu.

Arbeitskonferenz 2019: Internationalität stärken

Für das Jahr 2018 hat die Zone für Internationale wirtschaftliche Zusammenarbeit Qingdao (Deutsch-Chinesischer Ökopark) auf ihrer „Arbeitskonferenz 2019“ am 12. Februar eine positive Bilanz gezogen, die laut Zhu Tiewi, Präsident des Verwaltungskomitees, eine „gute Grundlage für die Meisterung der neuen Herausforderungen im laufenden Jahr“ ist. Die Anlageinvestitionen erreichten im vergangenen Jahr ein Volumen von 12,5 Milliarden Yuan, gut 1,6 Milliarden Euro. Der Bruttoproduktionswert der Industrieunternehmen im Gewerbegebiet verdoppelte sich im Jahresvergleich auf 3,5 Milliarden Yuan. Das Steueraufkommen erhöhte sich um 108 Prozent auf 320 Millionen Yuan. Inländische Unterneh-

men investierten 2018 3,8 Milliarden Yuan (+80 Prozent). Das Volumen der realisierten ausländischen Investitionen belief sich auf 128 Millionen US-Dollar. Im Außenhandel wurde ein Volumen von 362 Millionen US-Dollar erreicht, was gegenüber dem Vorjahr einer Steigerung um 15 Prozent entspricht. Damit war die Steigerungsrate des Außenhandels der Unternehmen im Gewerbegebiet im Vergleich zu Qingdao insgesamt mehr als doppelt so hoch. Das Außenhandelsvolumen der Stadt stieg 2018 im Jahresvergleich um knapp sechs Prozent auf rund 78 Milliarden US-Dollar.

Mit Blick auf das Jahr 2019 sagte Präsident Zhu Tiewi, dass die Vertiefung der Reformen Innovation erfordere. Es komme darauf an, das Wort „international“ im Namen des Gewerbegebietes ernster zu nehmen und die Internationalität zu stärken. Gleichzeitig müsse die Branchenvielfalt zunehmen und die angebotenen Dienstleistungen sollen sich noch stärker an den Bedürfnissen der Unternehmen orientieren und maßgeschneidert sein. Zhu Tiewi sagte, auch in Zukunft müsse auf „Grün“, das heißt eine nachhaltige Entwicklung, großer Wert gelegt werden. Er regte gleichzeitig an, auch über andere Farben nachzudenken.



Arbeitskonferenz 2019: Internationalität stärken und Branchenvielfalt erhöhen.



Regensburg in Qingdao

Ostbayerische Wirtschaftsmetropole eröffnet im Ökopark Repräsentanz

Am 22. Februar 2019 weihten Regensburgs Bürgermeisterin Gertrud Maltz-Schwarzfischer und der Präsident des Deutsch-Chinesischen Ökoparks, Zhu Tieyi, im Ökopark die Regensburg-Repräsentanz in Qingdao ein. Es ist die erste Repräsentanz der ostbayerischen Wirtschaftsmetropole im Ausland überhaupt. Von ihrer Gründung erhoffen sich die Regensburger Stadtväter unter anderem Impulse für den Ausbau der Zusammenarbeit in allen Bereichen der Zukunftstechnologien. Gleichzeitig wurde im „Grünen Pavillon“ des Ökoparks eine repräsentative Fotoausstellung eröffnet, die über Regensburgs Geschichte, Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung informiert.

Ohne weltweite Kooperation keine florierende Wirtschaft

Gertrud Maltz-Schwarzfischer im Interview

Frau Bürgermeisterin, im Gespräch mit Präsident Zhu Tieyi sagten Sie, mit der Einweihung der Regensburg-Repräsentanz im Deutsch-Chinesischen Ökopark bekomme die Zusammenarbeit zwischen Regensburg und Qingdao eine neue Dimension. Was meinen Sie damit konkret?

Für uns ist es etwas Neues, eine Repräsentanz im Ausland

zu haben, die Regensburg im Markt vertritt und bei den Unternehmen bekannt macht. Davon versprechen wir uns eine neue Qualität der Zusammenarbeit, denn sie wird beständiger. Wir haben jetzt hier in Qingdao einen direkten Ansprechpartner. Und Unternehmen aus Qingdao haben eine Anlaufstelle, um sich zu informieren, wenn sie Interes-



sen in Europa verfolgen und möglicherweise in Regensburg beginnen wollen, diese zu realisieren.

Seit zehn Jahren sind Regensburg und Qingdao Städtepartner. Wie haben sich in diesem Jahrzehnt die Wirtschaftsbeziehungen zwischen beiden Städten entwickelt?

Eigentlich gab es die ersten Kontakte schon vor 15 Jahren, um herauszufinden, was sich in China tatsächlich tut. Für uns in Regensburg ist China sehr weit entfernt. Sich nur auf die Berichte in den Medien zu verlassen, reicht nicht aus, um sich ein umfassendes Bild zu machen. In direkten Kontakten lassen sich Möglichkeiten besser ausloten, weshalb wir vor zehn Jahren die Städtepartnerschaft vereinbart haben. Seitdem haben sich sehr viele wirtschaftliche Kontakte entwickelt. Mindestens einmal im Jahr organisiert unsere Wirtschaftsförderung eine Delega-

tionsreise nach China. Es gibt inzwischen Unternehmen, die an beiden Standorten, in Regensburg und Qingdao, angesiedelt sind. Zu den Großen gehört Siemens. Für die Firmen ist es hilfreich, wenn sie Dank der Städtepartnerschaft leichteren Zugang zu den Entscheidungsträgern der Wirtschaft in beiden Städten haben. Diese persönlichen Kontakte sind unbezahlbar.



Wir befinden uns in einer neuen Stufe der industriellen Revolution. Regensburg ist ein moderner Hochtechnologie-Standort. In Qingdao und insbesondere im Deutsch-Chinesischen Ökopark hat die Entwicklung von Technologien der Zukunft Priorität. Wo sehen Sie für die kommenden Jahre Ansatzpunkte für neue gemeinsame Vorhaben zwischen beiden Städten?

In allen Zukunftstechnologien. All diese Branchen entwickeln sich sehr schnell. Und China ist bei künstlicher Intelligenz,

bei intelligenten Maschinen und bei der Vernetzung von Anlagen mittlerweile weltweit führend. Ich verspreche mir von der Zusammenarbeit, für uns geeignete chinesische Technologien in Regensburg nutzbar machen zu können. Dabei denke ich an autonomes Fahren, an die gesamte Sparte der Mobilität, aber auch an Sensorik und an alles, was über das Internet der Dinge zum Nutzen der Menschen vernetzt werden kann. In Regensburg bin ich unter anderem für Sozialpolitik und vor allem die ältere Generation verantwortlich. Viele der neuen Entwicklungen helfen älteren Menschen, länger selbstbestimmt zu Hause leben zu können.

Die Regensburg-Repräsentanz ist die erste und damit einzige Vertretung der Stadt im Ausland. Warum haben Sie sich entschieden, diese Repräsentanz im Deutsch-Chinesischen Ökopark anzusiedeln?

Weil schon im Namen des Ökoparks der Wille zum Ausdruck kommt, zwischen Deutschland und China vernetzt zusammenzuarbeiten. Zwischen Qingdao und Regensburg sehe ich viele Parallelen in der Entwicklung, auch wenn die Dimensionen beider Städte nicht zu vergleichen sind. Regensburg

hat nur 160.000 Einwohner – ein Bruchteil der Bevölkerung von Qingdao. Aber wir verfolgen in beiden Städten ähnliche Ziele, wir haben ähnliche Branchen-Cluster, die wir gezielt fördern. Deshalb ist es auch wichtig, dass Regensburg hier in Qingdao präsent ist.

Angesichts der derzeit in Deutschland heißen Diskussionen über die Zusammenarbeit mit China setzt Regensburg damit auch ein sehr klares Zeichen.

Ja. Städte müssen sich vernetzen, müssen Kontakte über Ländergrenzen hinweg pflegen. Ich finde das sehr wichtig, denn es sind die Städte, die das Leben organisieren und nicht die oft sehr theoretischen übergeordneten Pläne. Unabhängig von den politischen und den weltwirtschaftlichen Entwicklungen halte ich den Austausch zwischen Städten, zwischen Unternehmen, zwischen Menschen für außerordentlich wichtig. Uns liegt daran, dass es unseren Unternehmen gut geht. Und den Unternehmen geht es nur gut, wenn sie weltweit zusammenarbeiten. ●

Mit Gertrud Maltz-Schwarzfischer sprach Peter Tichauer



Gute Stimmung bei der Einweihung der Regensburg-Repräsentanz: Bürgermeisterin Maltz-Schwarzfischer mit dem Repräsentanten der Stadt Regensburg in Qingdao, Hu Shunyu.

Investoren „fängst“ Du mit guter Bildungsinfrastruktur

Gespräch mit Jürgen Helmes

Jürgen Helmes, Hauptgeschäftsführer der IHK Regensburg für Oberpfalz / Kehlheim war Mitglied der von Regensburgs Bürgermeisterin Gertrud Maltz-Schwarzfischer geleiteten Delegation. Ihm ist es ein Anliegen, die wirtschaftlichen Bindungen zwischen den Partnerstädten Regensburg und Qingdao zu vertiefen. Denn Städtepartnerschaften hätten über den Ausbau kultureller Beziehungen hinaus Bedeutung. Im Deutsch-Chinesischen Ökopark traf er unter anderem mit Vizepräsident Shen Lei und Vertretern von Bildungseinrichtungen zusammen, um sich über die hiesige Bildungslandschaft zu informieren und Möglichkeiten der Zusammenarbeit auszuloten.

Herr Helmes, Sie sagen, eine Städtepartnerschaft muss mehr als die Pflege kultureller Kontakte sein, die zweifels-

los nicht zu unterschätzen ist. In welchen Bereichen sehen Sie vor allem Chancen für wirtschaftliche Kooperationen zwischen Unternehmen aus Regensburg und Qingdao?

Unsere Region hat die höchste Industriedichte – nicht nur in Bayern, sondern in ganz Deutschland. Wir haben uns gefragt, ob dies mit Blick auf die Zukunft eher „altbacken“ ist, oder ob nicht die Chance besteht, zukunftsweisende Akzente zu setzen. Letzteres ist der Fall. Bei uns hängen die Arbeitsplätze von Innovation ab. Und Innovation kann unsere beiden Länder und Regionen noch viel stärker verbinden. Forschung und Entwicklung in Regensburg kann durch Ideen, die in Qingdao entstehen, befruchtet werden. Oder umgekehrt. Im Deutsch-Chinesischen Ökopark wird der Nachhaltigkeit eine hohe Bedeutung zugemessen. Nachhaltigkeit funktioniert aber nur mit intelligenter Innovation. Dazu ist es auf der einen Seite wichtig, in Ausbildung zu investieren, und auf der anderen Seite, Ideen für den bilateralen Wissenstransfer zu entwickeln.

Was würden Sie einem Unternehmen empfehlen, wenn es einen Standort in China sucht?

Gehe nicht nur nach China, wenn es Dir um den Markt, den Konsumentenmarkt geht. Das ist meines Erachtens ein entscheidender Gedanke. Sondern gehe nach China, wenn es Dir um Kooperation geht, um Deine eigenen Produkte weiterzuentwickeln.

Was macht einen guten Standort aus Ihrer Sicht aus?



Jürgen Helmes: Unsere Unternehmen wollen mit China zusammenarbeiten.

Deutsche Investoren „fängst“ Du immer mit einer guten Berufsbildungsinfrastruktur. Wenn ein Industriegebiet wie der Deutsch-Chinesische Ökopark gerade in diesen Bereich investiert, kann er damit punkten. Dazu kommt die „deutsche Denke“, die ich hier spüre.

Nun wird ja in Deutschland seit einigen Wochen sehr intensiv über die Zusammenarbeit mit China diskutiert. Fast scheint es, die Zusammenarbeit wird in Frage gestellt. Wie können Sie Unternehmen davon überzeugen, trotzdem den chinesischen Markt zumindest in strategische Überlegungen einzubeziehen?

In den Unternehmen wird die Zusammenarbeit mit China nicht in Frage gestellt. Die politische Diskussion ist das eine,

das andere ist das Tagesgeschäft in den Firmen. Selbstverständlich wird beispielsweise über Technologieschwund diskutiert. Das ist aber nicht neu. Da kommt es darauf, die richtigen Strategien zu entwickeln, möglichst mit erfahrenen Partnern.

Grundsätzlich kann heute kein deutsches, kein europäisches Unternehmen um den chinesischen Markt einen Bogen machen, allein aufgrund seiner Größe. Noch wichtiger ist, dass es sich heute kein Unternehmen mehr leisten kann, in China nicht zu entwickeln. Das sehen die Unternehmen. Denn da wir die Chance verpasst haben, das TTIP-Abkommen mit den USA abzuschließen, werden die Standards künftig vermutlich nicht mehr in Europa oder in den USA gesetzt, sondern zunehmend in Asien entwickelt, auch in



Scharnier für Wirtschaftstreibende

Für Regensburgs Wirtschaftsamtsleiter Toni Lautenschläger steht außer Frage, dass China für die Unternehmen seiner Stadt eine hohe Bedeutung hat. Das macht er mit einer konkreten Zahl fest: In der 160.000 Einwohner zählenden ostbayerischen Wirtschaftsmetropole hängen 30.000 Arbeitsplätze vom chinesischen Markt ab. Wie auch immer die derzeit in Deutschland heftig diskutierte künftige Gestaltung der deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen aussehen wird, Regensburger Unternehmen machen mit China gute Geschäfte und sind daran interessiert, auch künftig mit chinesischen Partnern gut zusammenzuarbeiten. Und für Unternehmen, die den chinesischen Markt bisher nur aus der Ferne betrachtet haben, lohnt es sich möglicherweise, genauer hinzuschauen, was sich in China bewegt.

„Wir werden niemanden zwingen, nach China zu gehen“, erklärt Toni Lautenschläger. „Wir machen aber ein Angebot, sich über den Markt zu informieren. Und wir sind bereit, Unternehmen bei ihren ersten Schritten in China zu begleiten.“ Das richtet sich vor allem an kleine und mittlere Firmen, die im Gegensatz zu den großen Konzernen mehr Unterstützung benötigen, um Netzwerke aufzubauen, die gerade im Chinageschäft unersetzbar sind. Sei die Stadt an der Seite der Unternehmen, fühlten sie sich sicherer, meint der Amtsleiter. Gerade in China, wo der Aufbau persönlicher und vertrauensvoller Kontakte nicht zu unterschätzen ist.

China. Industriestandards ebenso. Darauf müssen wir uns rechtzeitig einstellen.

Genau das scheint ja in Europa ein Problem zu sein.

Ja, klar.

Warum eigentlich?

Weil wir Deutschen es gewohnt sind, selber die Standards zu definieren, insbesondere die Industrienormen. Aber wir müssen heute akzeptieren, dass wir in vielen Bereichen nur Chancen haben, wenn wir mit China kooperieren, etwa beim Thema Mobilität oder bei der Batterieentwicklung.

Deutsche Unternehmen bekennen sich zum Welthandel. Angst vor China haben sie nicht. Vielmehr herrscht der

Wille vor, zu kooperieren und gemeinsam Normen zu entwickeln, etwa bei der künstlichen Intelligenz.

Im Gespräch mit Vizepräsident Shen Lei sagten Sie, es mache derzeit mehr Spaß in China zu investieren als in den USA. Wie meinen Sie das?

In den USA spüren wir im Moment eine gewisse Feindseligkeit gegenüber deutschen und europäischen Investitionen und verstehen gar nicht, warum dies so ist. Die deutsche Automobilindustrie schafft zehntausende Arbeitsplätze in den USA und wird dafür noch angefeindet. Dagegen fühlen sich die Unternehmen in China offensichtlich willkommen. ●

Mit Jürgen Helmes sprach Peter Tichauer

Nicht nur beim Neueinstieg. Die Repräsentanz könne als ein „Katalysator“ gesehen werden, der den Wirtschaftsbeziehungen Schwung verleiht.

Damit umreißt Toni Lautenschläger einen Teil der Aufgaben der unmittelbar nach dem chinesischen Frühlingsfest eröffneten Repräsentanz seiner Stadt im Deutsch-Chinesischen Ökopark Qingdao, die er als „Scharnier für Wirtschaftstreibende“ bezeichnet. Es gehe in allererster Linie um die Stärkung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen, unterstreicht Toni Lautenschläger: „Für die Pflege kultureller Kontakte brauchen wir keine Repräsentanz.“

Gemeinsam die Stärken stärken

Toni Lautenschläger macht aber auch deutlich, dass ihm die andere Richtung nicht weniger wichtig ist. „Wir wollen auch, dass sich Qingdaoer Unternehmen für unseren Stadt interessieren und sie als Ausgangspunkt nutzen, um in Europa aktiv zu werden.“ Die Repräsentanz solle auch dafür sorgen, dass für Unternehmen aus der Region der Weg in den europäischen Markt risikofreier wird.

Auch wenn bei der Eröffnung der Repräsentanz von Erfolg die Rede war, an dem sie sich messen lassen müsse, will Toni Lautenschläger keinen Druck aufbauen. Der Vertrag sei zwar zunächst nur befristet vereinbart worden, sagt er, Regensburg wolle sich aber langfristig positionieren. Dem Amtsleiter ist bewusst, dass im Chinageschäft nicht über Nacht Erfolge zu erreichen sind, weshalb er auch von kon-

kreten Zielvorgaben wenig hält. Wenn in zehn Jahren eine kleine Gruppe chinesischer Unternehmen in seiner Stadt ansässig ist, wäre das ein schöner Erfolg. „Dabei ist es unwichtig, wie viele es sind. Wichtig ist, dass es die richtigen sind und zu unserem Standort passen.“ Mit der Ansiedlung chinesischer Firmen in Regensburg sollen nicht die eigenen Unternehmen geschwächt werden. „Im Gegenteil. Die chinesischen Unternehmen sollen dazu beitragen, unseren Wirtschaftsstandort und seine Unternehmen noch stärker zu machen.“

Da muss sich Regensburg allerdings auch mit Ingolstadt messen. Die Audi-Stadt hat schon vor Jahren das Ziel formuliert, zu dem China-Zentrum in Bayern werden zu wollen. Toni Lautenschläger ficht das nicht an. Er verweist auf die unterschiedliche Wirtschaftsstruktur beider Städte und glaubt, Regensburg und China ergänzen sich vor allem in den Bereichen, die in China mit „Made in China 2025“ umschrieben und in Deutschland als „Industrie 4.0“ verstanden werden. Innovative Industrien prägen Regensburg wie Qingdao, sagt er und verweist vor allem auf die OEM-unabhängige Autoindustrie. Das Spektrum reiche von E-Mobilitätslösungen über intelligente Motorensteuerung bis hin zum autonomen Fahren.

In der umgekehrten Richtung glaubt Toni Lautenschläger im Übrigen kurzfristiger Ergebnisse vorweisen zu können. Hilfreich wäre dafür sicherlich ein chinesisches Pendant der Qingdaoer Regensburg-Repräsentanz. Das sieht der Amtsleiter ähnlich, verweist aber auf das nur eine Fahrstunde entfernte Qingdao-Büro in München, zu dem die Regensburger einen „guten Draht“ haben. ● pt

Mannheims Mann in Qingdao

Ich will noch mehr bewegen

Mit Fei Yuqi einen Termin zu vereinbaren, ist nicht ganz einfach. In den Wochen vor und nach dem Frühlingsfest war er eigentlich gar nicht ansprechbar. Jedenfalls nicht für diejenigen, die etwas anderes von ihm wollten, als sich über Details der bevorstehenden Fotoausstellung der Stadt Regensburg auszutauschen. Denn Fei Yuqi ist zur Hälfte Event-Manager bei der Sino-German United Group, einer Gesellschaft des Verwaltungskomitees des Deutsch-Chinesischen Ökoparks. Ausstellungen und andere Veranstaltungen zu organisieren, die im Grünen Pavillon gegenüber dem German Enterprise Centre stattfinden – das ist sein Job. „Der eine meiner beiden Teilzeit-Jobs“, scherzt Fei Yuqi in nahezu perfektem Deutsch. Die Stirn runzelnd klagt er, nicht so oft die Möglichkeit zu haben, Deutsch zu sprechen.

Die hat er mit seinem zweiten „Teilzeit-Job“. Denn der junge Mann aus dem nordostchinesischen Dalian ist „Mannheims Mann in Qingdao“. Seit 2016 ist die Hälfte seiner Arbeitszeit für die Belange der baden-württembergischen Industriestadt reserviert, in der Fei Yuqi während seines Studiums an der Universität Heidelberg gut eineinhalb Jahre gelebt hat, „weil ich in Heidelberg keine günstige Bleibe finden konnte“.

Fei Yuqi, der im Juli dieses Jahres 30 wird, hat an der Qingdao-Universität Germanistik mit Schwerpunkt interkulturelle Kommunikation studiert und

sich anschließend in Heidelberg mit Germanistik im Kulturvergleich beschäftigt, wobei es vor allem um Linguistik ging. Eine trockene Wissenschaft sei dies nicht. Ganz im Gegenteil. Fei Yuqi vergleicht die Sprache mit einer Maschine und die linguistischen Besonderheiten mit Bauteilen, ohne die eine Maschine nicht wie geschmiert läuft.

Nach dem Studium kehrte er nach Qingdao zurück. „Ich mag die Stadt am Meer, die Berge im Hinterland“, sagt er und fügt an, Qingdao sei auch die Heimat seiner Frau. Schließlich bot sich für einen wie Fei Yuqi der Deutsch-Chinesische Ökopark an, um seine berufliche Karriere zu beginnen. „Ich kann Deutsch, ich weiß wie Deutsche ‚ticken‘ und bin mit deutscher Kultur vertraut.“ Ideale Voraussetzungen.

Das müssen sich auch die Mannheimer gesagt haben, als sie 2015 die Stelle für einen Repräsentanten ihrer Stadt im Deutsch-Chi-

nesischen Ökopark ausgeschrieben haben. Fei Yuqi sah es als Chance, die er unbedingt ergreifen wollte. Mit Erfolg.

Der junge Mann ist voller Tatendrang und hat eine Fülle von Ideen, wie die Beziehungen zwischen Qingdao und Mannheim in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden können. Aus Sicht der Industriestruktur passen Mannheim und Qingdao ideal zusammen, sagt er. Sein Ziel ist unter anderem, Mannheimer Umweltunternehmen in den Ökopark zu holen. „Der Ökopark ist gewillt, mehr in den Umweltschutz zu investieren. Die Mannheimer haben die Ressourcen.“ Im Sommer des vergangenen Jahres hatte die Mannheimer Stadträtin Andrea Safferling bei ihrem Besuch im Ökopark die Bereitschaft ihrer Stadt bekräftigt, die Umweltkooperation zu vertiefen. „Das sind keine leeren Worte“, sagt Fei Yuqi, dem eine gewisse Ungeduld an-

zumerken ist. Sein Problem ist, in Mannheim keinen direkten Ansprechpartner zu haben, der sich für das Chinageschäft unmittelbar verantwortlich fühlt. Der dortige China-Desk ist seit einigen Monaten nicht besetzt. „Das macht es nicht immer einfach.“

Mit einem Partner in Mannheim ließe sich mehr bewegen, so Fei Yuqi, der für die Partnerschaft zwischen Mannheim und Qingdao mehr zu geben bereit ist. Nicht nur 50, sondern 100 Prozent seiner Arbeitszeit. ● pt



Foto: Chen Jiashen

青岛中德咨询有限公司

QingDao Sino-German Consulting Co., Ltd.



NETZWERKEN

Organisation hochkarätiger Foren, Diskussionsrunden, Ausstellungen zur Förderung des Austauschs zwischen deutschen und chinesischen Unternehmen und Geschäftsleuten und zur Unterstützung bei der Erschließung der Märkte.

FÖRDERN

Förderung des deutsch-chinesischen Austauschs in den Bereichen Investmentbanking, Wertpapier- und Börsenhandel sowie der Zusammenarbeit zwischen Branchenverbänden, um gegenseitige Investitionen und Zusammenarbeit von Unternehmen zu erleichtern.

INFORMIEREN

Aufbau einer deutsch-chinesischen Plattform für Handel, Investitionen, M&A und Marktförderung als Grundlage für die Vertiefung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen.

KONTAKT

Email: consulting@sgugroup.com

Tel: +86 0532-86723558

... mit Winfried Michels

Im Markt mehr Orange etablieren

„Wer so lange in China lebt, hat eigentlich nicht mehr viel zu erzählen“, sagt Winfried Michels und legt los. In seinem Redefluss ist der Geschäftsführer der Andreas Stihl Power Tools (Qingdao) Co., Ltd. kaum zu stoppen. Er gehört zu den „alten Eisen“ unter den Deutschen in Qingdao. 2004 wurde in dem schwäbischen Unternehmen überlegt, wo es sich lohne, neue Kapazitäten aufzubauen. Der alte und der neue Kontinent waren „gut versorgt“. Die logische „und richtige“ Entscheidung lautete, sich nach Osten zu orientieren, so der Manager, der das Werk in China planen sollte. Mehr noch. „Gehe hin, baue es auf und leite es“, lautete der Auftrag. „Das war so reizvoll“, erklärt Winfried Michels, „dass ich nicht nur zugesagt habe, sondern bis heute geblieben bin.“ Bleiben will der inzwischen 63-Jährige, dem die Jahre nicht anzusehen sind, bis zum Ende seiner beruflichen Laufbahn – in der Stadt, die der aus der ländlichen Eifel stammende Mann einen „Kompromiss“ nennt. Eher klein und beschaulich. Jedenfalls nach chinesischen Maßstäben. „Habe ich Lust auf ein Jazz-Konzert, fliege ich eben mit meiner Frau nach Peking.“

Unbegründete Aufregung

Nach der Lehre bei Stihl und dem Studium hat Winfried Michels Ende der 1980er bei Daimler seine ersten Sporen verdient, „denn bei den Autobauern konnte ich als junger Ingenieur am meisten lernen“. Er erinnert sich, dass damals „Lean Production“, schlanke Produktion, in aller Munde war, jedoch „keiner wusste, was eigentlich dahintersteckt“. Eine Parallele zu heute? Nur geht es jetzt um „Industrie 4.0“. Der Manager grübelt und stellt dann fest, „Industrie 4.0“, die Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette, werde in weiten Teilen der Wirtschaft noch nicht „in der ganzen Tragweite“ verstanden. „Hier in China sind ja viele Unternehmen noch nicht einmal auf der Stufe der vorangegangenen industriellen Revolution angekommen.“ Anders als bei Stihl-Werken an anderen Standorten ist für das Qingdaoer



Winfried Michels, 63, ist General Manager der Andreas Stihl Power Tools (Qingdao) Co., Ltd.

Unternehmen ein starkes Netzwerk von lokalen Zulieferern das Rückgrat. Die Lieferfirmen – an die 100 sind es – zu qualifizieren, liegt Winfried Michels am Herzen. „Werdet schlanker oder ihr seid in fünf Jahren nicht mehr am Markt.“ Es klingt wie ein Mantra, das er den Chefs der Firmen, die längst zu Partnern geworden sind, immer wieder ins Stammbuch schreibt. Für das Gros der chinesischen Unternehmen gehe es heute in erster Linie darum, wettbewerbsfähig zu werden und am Markt zu bestehen.

Gleichwohl schätzt und bewundert Winfried Michels, mit welcher Flexibilität und in welchem Tempo chinesische Unternehmer sich anpassen, um ihre Chancen zu wahren. „Wer in China heute eine Idee hat, hat morgen einen Plan, den er übermorgen schon realisiert hat.“ Und die Deutschen?

Auch daher verwirre ihn Deutschlands Aufregung um Chinas in die Zukunft weisende Industriestrategie. Dass an Technologien und Konzepten aus den entwickelten

Industrieländern Interesse besteht, um Chinas Wirtschaft voran zu bringen – das sei doch normal. Ist geistiges Eigentum „etablierter Stand der Technik“, gehöre es allen. Den Schutz geistigen Eigentums will der Manager damit nicht ad absurdum stellen, sondern darauf verweisen, dass es ihm wichtiger erscheint, sich über künftige Wettbewerbsvorteile Gedanken zu machen und technologisch immer eine Na-

Es ist besser, sich über künftige Wettbewerbsvorteile Gedanken zu machen, als über Vergangenes zu streiten.

senlänge voraus zu sein, als über Vergangenes zu streiten. Ebenso seien Übernahmen durch chinesische Unternehmen ein „normales wirtschaftliches Geschehen“ und kein Aufreger. „Der Bessere gewinnt.“ Wenn Deutschland jetzt über wie auch immer definierte Strategien der Abschottung gegen chinesische Wettbewerber nachdenke, dann sei dies der falsche Weg. Im Übrigen hätten ja westliche Investoren mitgeholfen, dass deren heutige chinesischen Wettbewerber zu Wettbewerbern werden könnten. „Warum sie das getan haben, liegt auf der Hand.“

Investieren wird teurer

Dagegen unterstützt Winfried Michels die Forderung nach besserem Zugang zum chinesischen Markt. „Die Bedingungen müssen für alle gleich und transparent sein“, sagt er mit Nachdruck. Er findet, für ausländische Unternehmen wird das Investieren in China teurer. Gegen eine Verschärfung von Umweltauflagen hat der Manager beispielsweise nichts einzuwenden. Dann folgt ein großes Aber. Selbst wenn es jede Verwaltung eines Gewerbegebietes abstreiten würde, könne er sich nicht des Eindrucks erwehren, dass für ausländische Unternehmen die Latte weit höher liege und die Umsetzung der Vorschriften penibler überwacht werde. Mit den Bauauflagen „schießt China zum Teil über das Ziel hinaus“. Winfried Michels meint etwa das Verbot, Produktion und Lager in einem Gebäude unterzubringen oder die Forde-

rung, Abluftanlagen in der Kunststofffertigung zu installieren, „was teuer ist, dem Schutz der Umwelt aber nicht dient“. Der Manager nennt das erzwungene Mehrausgaben, die sich zu Milliardenbeträgen summieren könnten.

Unzufrieden ist er auch, dass Änderungen von Regularien zum Teil rückwirkend gelten und damit Verträge außer Kraft setzen. Für die Qingdaoer Exportverarbeitungszone habe sich Stihl unter anderem wegen der Option auf Flächenerweiterung entschieden. „Wann, das sollte eine Entscheidung nach wirtschaftlichen Erwägungen sein.“ Ein vertraglich vereinbarter Konsens. Gegen die Optimierung der Landnutzungsrichtlinien hat der Manager grundsätzlich nichts einzuwenden. Jedoch stört ihn, dass er anders als geplant schon früher zur Erweiterung des Werkes „gezwungen“ wird. Am Ende scheint er sich damit abgefunden zu haben. Vor seinem Fenster wächst der Erweiterungsbau mit einer Grundfläche von 24.000 Quadratmetern in die Höhe. Den Bereichen Logistik und Kunststofffertigung ist er vorbehalten und ein weiterer Baustein, um „Qingdao als einen wesentlichen Standort der Gruppe zu stärken“. Hergestellt werden in dem Werk Geräte für die Forst- und Landwirtschaft sowie für Landschaftsgärtner. Seit 2018 auch Hochdruckreiniger. „Wir wollen mehr Orange in den Markt bringen“, sagt Winfried Michels auf das Gelb des Wettbewerbers Kärcher anspielend.

Von den derzeit produzierten drei Millionen Einheiten werden gut sechseinhalb Prozent auf dem chinesischen Markt verkauft. Dieser Anteil soll in den kommenden Jahren steigen. Bei chinesischen Landwirten will sich Winfried Michels in seinem Marktsegment als Qualitätsführer einen Namen machen. Qualität zu vertretbaren Kosten – das sei die Herausforderung, der sich Stihl im Wettbewerb mit chinesischen Anbietern stellen muss. „Für ein schwäbisches Unternehmen ist das eine ganz besondere Herausforderung“, scherzt der Manager, dem ein anderes Problem noch stärker beschäftigt. Für Unternehmen, die sich in Exportverarbeitungszone angesiedelt haben, um zu exportieren, und die nunmehr sukzessive den chinesischen Markt bedienen wollen, werden die Zonen zu einer „Kosten-Fessel“, da bei Lieferungen ins Land Zölle anfallen. Winfried Michels wartet darauf, dass „seine“ Zone aufgewertet wird, so dass Zölle entfallen. Bei einer Vielzahl von Exportverarbeitungszone war das im vergangenen Jahr der Fall. Qingdao war nicht darunter. Auf den Vorschlag, den Zaun zu versetzen, sodass das Stihl-Werk außerhalb der Zone zu liegen kommt, wollte sich die Verwaltung aber nicht einlassen. Der Manager lacht und denkt über Strategien nach, wie er mit seinem Team das Stihl-Orange in China noch besser verankern kann. ● *pt*

Hidden Champions zur „Heimat“ werden

Mit Modernisierungsstrategie Shandongs
Attraktivität steigern



Im Vergleich zu den süd- und südostchinesischen Küstenprovinzen hat Shandong erst relativ spät zum „Sprung“ in die Modernisierung angesetzt. Die Industrie der Provinz ist stark durch sogenannte traditionelle Branchen geprägt. Ein Viertel der chemischen Produktion Chinas wird hier erzeugt. Vor Jahresfrist hat Shandong ein großangelegtes Programm zur Erneuerung der industriellen Basis gestartet. Moderne Industrien sollen künftig das Bild noch stärker prägen. Hidden Champions aus Deutschland sind dabei willkommene Partner.



Shandong: Wirtschaft in Zahlen (2018)

Bevölkerung (2017)	100,06 Mio.
BIP	7.646,97 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	6,4%
<i>darunter</i>	
produzierendes Gewerbe	3.364,17 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	5,1%
Dienstleistungsindustrie	3.787,74 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	8,3%
BIP pro Kopf der Bevölkerung	76.424 ¥
Verfügbare Jahreseinkommen (Stadt)	39.549,00 ¥
Veränderung zum Vorjahr	7,5%
Verfügbare Jahreseinkommen (Land)	16.297,00 ¥
Veränderung zum Vorjahr	7,8%
Außenhandelsvolumen	1.930,25 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	7,7%
Export	1.056,96 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	6,1%
Import	873,29 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	9,7%
Handelsvolumen mit Deutschland	47,11 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	7,7%
Export	28,25 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	7,7%
Import	18,92 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	18,2%
Realisierte ausländische Direktinvestitionen	12,39 Mrd. US\$
Veränderung zum Vorjahr	6,5%
Realisierte deutsche Direktinvestitionen	0,32 Mrd. US\$

Quelle: Statistikbüro Shandong, Handelsbüro Shandong, eigene Berechnung

Im vergangenen Jahr hat sich Qingdao, die heimliche Hauptstadt der ostchinesischen Provinz Shandong, mit der Austragung des Gipfels der Shanghai Cooperation Organization (SCO) als internationale Konferenzstadt einen Namen gemacht hat. Von diesem Gipfel-Schwung will die Provinz auch künftig profitieren, um noch stärker in das Blickfeld internationaler Investoren zu rücken. Die für den SCO-Gip-

Foto: pt. | Karte: Tan Xujun

STANDORT

fel gebauten modernen Konferenzgebäude sollen weiter genutzt werden und jeweils am 3. Oktober-Wochenende – in diesem Jahr am 19. und 20. Oktober – Plattform für einen Dialog mit Geschäftsführern multinationaler Konzerne sein. Der Qingdao-Gipfel könnte das Zeug für „ein kleines Davos“ haben. Die vom Mofcom und der Shandong-Regierung organisierte Konferenz soll zu einer Institution für den globalen Dialog und die Intensivierung des wirtschaftlichen Engagements internationaler Konzerne in China werden. Gleichzeitig wird der Blick auf das Potenzial einer Provinz gerichtet, die bisher bei europäischen Investoren nicht der bevorzugte Investitionsstandort war, nicht die schillernde Anziehungs- und Ausstrahlungskraft wie das Jangtsedelta rund um Shanghai oder die Perlflossdelta-Region zwischen Kanton, Hongkong und Macao hatte.

Dabei ist Shandong mit einem Bruttoinlandsprodukt von fast 7.650 Milliarden Yuan im vergangenen Jahr nach Guangdong und Jiangsu die Provinz mit der drittgrößten (absoluten) Wirtschaftskraft. 2018 wurden 2.156 neue ausländisch investierte Unternehmen in der Provinz gegründet – fast 50 Prozent mehr als im Vorjahr. Das Volumen der realisierten Direktinvestitionen lag bei rund 12,39 Milliarden US-Dollar und stieg gegenüber 2017 um 6,5 Prozent. Dieser Wert liegt um dreieinhalb Prozentpunkte über dem des gesamten Landes – ein Trend, der weiter an Dynamik gewinnen soll. Auch dank der Konferenz.

Wenn Unternehmen nach alternativen Standorten suchen, weil in Shanghai oder Kanton die Kosten explodieren und wie im Falle von Shanghai für eine Ausweitung der industriellen Fertigung kaum noch Raum besteht, sollen sie nach Shandong blicken. Unternehmen diversifizieren ihre Standorte. Diese Chance darf und will sich Shandong nicht entgehen lassen. Die Provinz verfügt über eine gut ausgebaute Infrastruktur mit besten Voraussetzungen für einen effizienten multimodalen Verkehr. Hier kreuzen sich die wichtigsten Verkehrswege Chinas. Drei leistungsfähige Häfen hat die Provinz und dazu eine gewachsene Realwirtschaft, die nicht nur einen bedeutenden Teil der chinesischen Industrieproduktion erzeugt, sondern auch die Arbeitswelt prägt. Shandong-er sind noch bereit, von ihrer eigenen Hände Arbeit zu leben. Gleichzeitig sorgen anerkannte technische Hochschulen für gut qualifizierten Tüftler- und Techniker-nachwuchs.

Zusätzlich dürfte Shandong an Attraktivität gewinnen, wenn der Staatsrat – wie erwartet – eine neue Pilot-Freihandelszone bestätigt, die Teile der Provinzhauptstadt Jinan sowie der Hafenstädte Qingdao und Yantai

umfassen wird. Die Freihandelszone soll dem Vernehmen nach vor allem den Wirtschaftsbeziehungen zu den unmittelbaren östlichen Nachbarn Korea und Japan neuen Schwung verleihen und Unternehmen dieser Länder zu noch mehr Engagement in China bewegen. Aber auch für Investoren aus anderen Ländern dürfte Shandong mit der Freihandelszone als Investitionsstandort interessanter werden. Gerade für Firmen, die in China entwickeln und produzieren, um sowohl chinesische Kunden zu erreichen als auch die ostasiatischen Märkte stärker zu erschließen, dürfte dies der Fall sein.

Nicht nur groß denken

Obwohl der Leiter der Europa- und Amerika-Abteilung im Handelsbüro der Provinz Shandong, Cao Guoping, zuallererst darauf verweist, dass gut die Hälfte der sogenannten Fortune-500-Unternehmen in Shandong 740 Niederlassungen aufgebaut hat, darunter deutsche „Riesen“ wie Siemens, Henkel, Volkswagen, ThyssenKrupp oder Continental, beteuert er, gerade für die im vergangenen Jahr eingeleitete Restrukturierung der Shandong-er Wirtschaft seien Engagements innovativer kleiner und mittlerer Unternehmen „mehr als willkommen“. Für die Hidden Champions dieser Welt solle Shandong zu einer attraktiven „Heimat“ werden.

Für Cao Guoping ist klar, dass die Provinz auch in der Ansiedlungspolitik neue Ansätze braucht. Es reicht nicht aus, das Investitionsumfeld weiter zu verbessern, die Infrastruktur zu optimieren und bei der Registrierung das Prinzip „eine Anlaufstelle, ein Formular“ durchzusetzen. Die Gewerbegebiete müssten noch besser verwaltet werden. Vielerorts fehle es an Kontinuität. Heute gebe es den einen Schwerpunkt, morgen einen anderen. Überhaupt: Shandong als Wirtschaftsstandort müsse sich noch besser vermarkten. Besonderheiten und Vorteile müssen herausgestellt werden, die Unterschiede, die Shandong und jedes einzelne Wirtschaftscluster der Provinz ausmachen. Mit Allgemeinplätzen ist heute kein Blumentopf mehr zu gewinnen. Das ist den Verantwortlichen in der Provinz bewusst. Ein erster Schritt für eine offensivere Öffentlichkeitsarbeit ist eine neue Website unter dem Titel „Select Shandong“, die zunächst in Chinesisch und Englisch über das Potenzial der Provinz informiert.

Wie an vielen anderen chinesischen Standorten auch, wurde in Shandong zu lange nur in großen Projekten gedacht und dabei das Potenzial kleinerer Investoren ignoriert.



Jinans Industriegürtel: Noch ist dies das übliche Bild der Shandonger Industrielandschaft. Das Bild soll sich in den kommenden Jahren wandeln.

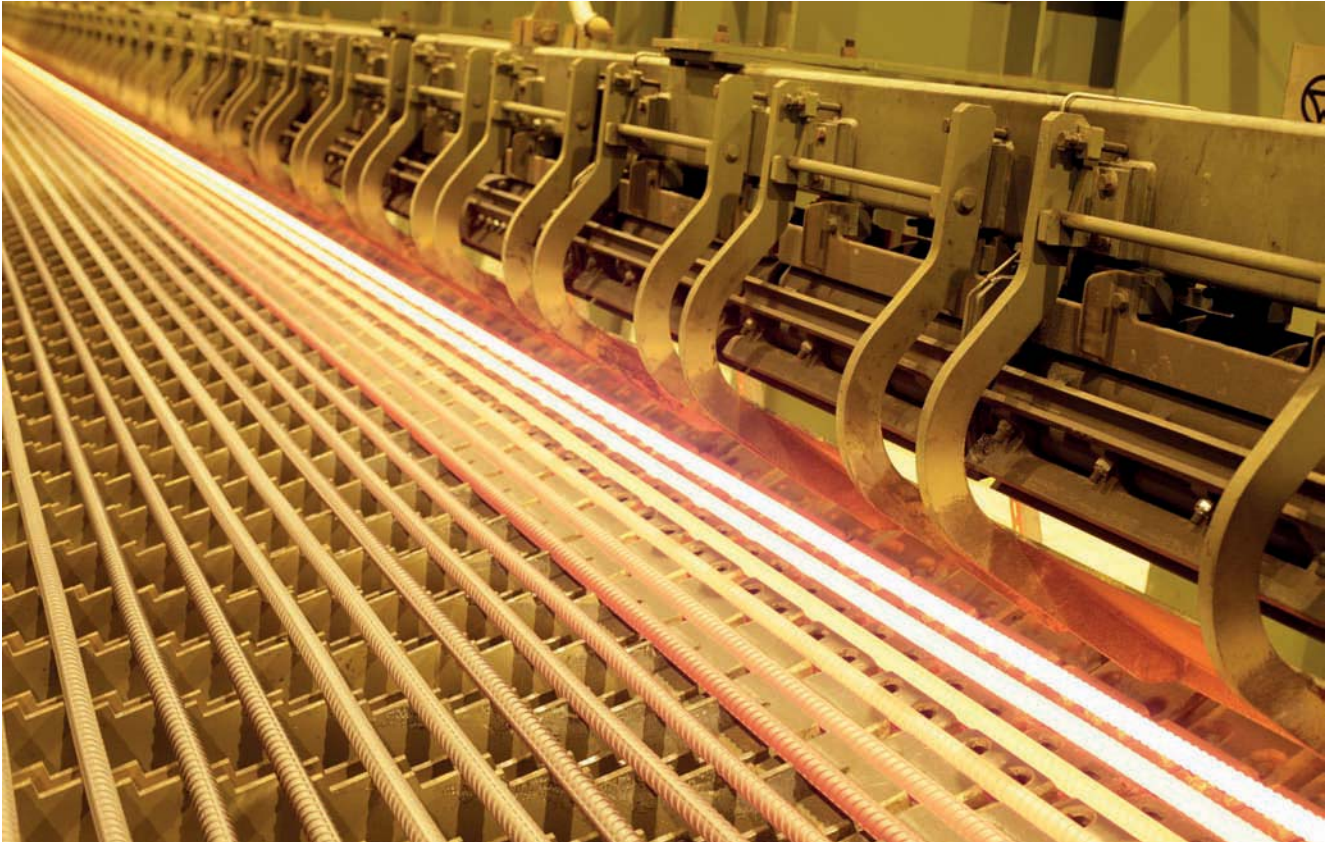
„Anstatt immer nur groß zu denken, müssen wir dem Kleinen mehr Aufmerksamkeit widmen“, erklärt Cao Guoping entschieden.

Bleibt die Frage, warum sich auf der geplanten Konferenz in Qingdao doch wieder vor allem die „großen Namen“ versammeln sollen. Die Intention ist eindeutig. Siedeln sich Großkonzerne mit ihrer Produktion an, folgen auch die „kleinen“ Zulieferer. Ausländische Investitionen tragen zum Wirtschaftswachstum der Provinz bei und sichern die Beschäftigung, auch wenn das statistisch nicht eindeutig erfasst ist. Ausländische Investoren sorgen aber auch für den strukturellen Wandel der Wirtschaft, der darauf zielt, „Altes durch Neues“ zu ersetzen, also die bestehenden Industrien so zu modernisieren, dass sie mit dem Wettbewerb in der neuen Etappe der industriellen Revolution Schritt halten können – Hand in Hand mit ausländischen Investoren, von deren Know-how die Provinz profitieren möchte. Kleine und mittlere Unternehmen treiben diese Entwicklung voran.

Wenn es um deutsches mittelständisches Engagement geht, gilt auch den Shandongern Taicang in der südlichen Nachbarprovinz Jiangsu als Beispiel, dem nachgeeffert wer-

den soll, wohl wissend, dass ein „German Valley“ wie in der Stadt vor den Toren Shanghais nicht über Nacht wächst. In der Provinz gibt es eine Reihe von Gewerbegebieten, die gezielt deutsche Investoren ansiedeln wollen. Das prominenteste ist der Deutsch-Chinesische Ökopark in Qingdao. In der Provinzhauptstadt Jinan gibt es einen deutsch-chinesischen Industriepark für mittelständische Unternehmen und in Yantai im Norden der Shandong-Halbinsel einen für Hersteller neuer Materialien. An Taicang reichen sie nach Cao Guopings Auffassung alle (noch) nicht ran. Er ist davon überzeugt, eine stärkere Konzentration deutscher kleiner und mittlerer Unternehmen könnte auch der Entwicklung des einheimischen Mittelstands Impulse verleihen und dafür sorgen, dass neue Branchen, die gern mit dem Begriff „intelligent“ umschrieben werden, zu einer auf die Zukunft ausgerichteten Verschiebung in der Wirtschaftsstruktur führen.

Die Dominanz der Realwirtschaft in Shandong hat nämlich auch eine Kehrseite: Es sind in erster Linie Branchen, die zu den „alten“, zu den „traditionellen“ gezählt werden. Nicht immer umweltfreundlich. Die Chemie zum Beispiel. Shandong ist Chinas Chemie-Provinz schlechthin. Ein Viertel der chemischen Produktion des Landes wird in



Deutsche Technik für Shandongs Stahlwerke: Shandong Laigang setzt auf thermomechanische Walzverfahren für Stahlbeton der SMS Group.

Shandonger Unternehmen erzeugt. „Größe sagt aber nichts über Stärke aus“, lautet die kritische Einschätzung. Die Frage ist, wie modern die lokale Chemieindustrie ist. Auch deshalb wurmt es die Shandonger, dass die BASF mit ihrer neuesten Investition nach Zhanjiang in Guangdong gegangen ist und sich nicht für einen Standort in Shandong entschieden hat. Ein moderner Verbundstandort in Shandong hätte der Branche insgesamt gutgetan.

Mehr als 70 Chemieparks gibt es in der Provinz. Sie effektiver zu managen, auch das könnte ein lohnendes Engagement aus Deutschland sein, meint Cao Guoping, der betont, nicht ausschließlich auf Investitionen in den Aufbau von Produktionsanlagen zu setzen. Deutsches Management-Know-how ist für die wirtschaftliche Zukunft der Provinz nicht weniger wichtig.

Selbstverständlich zählt er auch all die Branchen auf, in denen sich gerade kleinere deutsche Unternehmen in Shandong noch stärker engagieren sollten. Das Spektrum reicht von neuen Werkstoffen bis zu Mobilitätslösungen. Dank Investitionen von MAN und Volkswagen, von Generals Motors und Hyundai hat sich die Provinz in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Standort der Fahr-

zeugindustrie entwickelt. Der Maschinenbau soll künftig auf der Leiter der Wertschöpfung mehrere Stufen nach oben klimmen. Schiffbau und Bau von Hafenausrüstungen sind ebenso dominierende Branchen wie die Produktion von Haushalts- und Unterhaltungselektronik. Marken wie Haier oder Hisense begründen Shandongs Ruf über die Grenzen Chinas hinaus und sind Wegbereiter für vernetzte Lösungen in Wirtschaft und privatem Umfeld. In der Entwicklung der künstlichen Intelligenz sollen Shandonger Unternehmen eine wegweisende Rolle spielen.

Cao Guoping verweist zudem auf die wachsende Konsumkraft der mehr als 100 Millionen Einwohner zählenden Provinz, die nach Guangdong und vor Henan zu den bevölkerungsreichsten des Landes zählt. Die Konsumkraft der Shandonger ist zwar nicht mit der der Pekingener oder Shanghaiener zu vergleichen, nimmt aber zu. Allein im vergangenen Jahr sind die verfügbaren Realeinkommen der Bevölkerung in den urbanen Gebieten um 7,5 Prozent gestiegen. In den ländlichen Regionen stiegen sie gar um 7,8 Prozent.

Hinzu kommt, dass Shandong nicht nur Industriebasis ist, sondern auch über eine gut entwickelte Land-



Shandong will künftig auch bei neuen Technologien Zeichen setzen.

wirtschaft verfügt, die sich auf Obst- und Gemüseanbau spezialisiert hat. Ein Viertel der chinesischen Gemüseausfuhr wird von Shandongern Landwirten erzeugt, wobei weite Flächen nach ökologischen Prinzipien bewirtschaftet werden. Mit anderen Worten: Auch in der Lebensmittelproduktion und -verarbeitung bieten sich gute Möglichkeiten für ein Engagement internationaler Unternehmen. Moderne Methoden der Landwirtschaft, mehr Mechanisierung und Technisierung sind ebenso gefragt wie Lösungen zur Erhöhung und Gewährleistung einer sicheren Lebensmittelproduktion.

Nachholbedarf auf beiden Seiten

Deutschland ist zwar der größte europäische Investor in Shandong und die Nummer sieben in der weltweiten Statistik, doch insgesamt gesehen zieht es nur relativ wenige deutsche Unternehmen in die Provinz. Das aktuelle Jahrbuch mit der Investitionsstatistik für das vergangene Jahr liegt noch nicht vor. Bis Ende 2017 gab es 257 deutsch investierte Unternehmen in Shandong, die insgesamt 730

Millionen US-Dollar angelegt haben. Die meisten Firmen konzentrieren sich in Qingdao. Dort sind 143 deutsche Unternehmen ansässig. In Yantai sind es 44 und in Jinan 28. Deutsche Großkonzerne von Siemens über Bayer bis Volkswagen und Continental sind ebenso vertreten wie der Handelskonzern Metro und Dienstleister wie die Versicherungsgruppe Ergo, der Rückversicherer Munich RE oder die Deutsche Bank. Erster Großinvestor war die Henkel AG & Co. KG mit einem Werk in Yantai, das 1987 in Betrieb ging. Im November des vergangenen Jahres hat das Unternehmen weitere zehn Millionen US-Dollar investiert, unter anderem in die Sparten 3D-Druck und alternative Antriebstechnik. Insgesamt befinden sich in Shandong derzeit aber nur fünf Prozent aller 5.200 deutsch investierten Firmen in China.

Dabei war Shandong eine der ersten chinesischen Provinzen, die nach Einleitung der Reform- und Öffnungspolitik vor 40 Jahren und der Herstellung diplomatischer Beziehungen zwischen China und der Bundesrepublik Deutschland eine Partnerschaft zu einem deutschen Bundesland aufgebaut hat. Shandong's Beziehungen zu Bayern gehen auf das Jahr 1985 zurück, als erstmals ein westliches Land eine groß angelegte Industrieausstellung in China organisierte. In Qingdao war das. Cao Guoping erinnert sich noch sehr gut an die von der bayerischen Wirtschaft organisierte Leistungsschau: „Die Prospekte von damals habe ich lange aufbewahrt.“

Die Ausstellung aus dem Jahre 1985 mag das Interesse für deutsche Technologie und deutsche Ingenieurskunst nach Jahren der Abschottung wiedererweckt haben. Knapp 35 Jahre später sollte nun der Schwung von damals neu belebt werden. Shandong hat nicht wenige Städte, die das Zeug haben, dem Beispiel Taicang zu folgen. Immerhin haben deutsche Unternehmen im vergangenen Jahr Investitionen im Umfang von 320 Millionen US-Dollar in der Provinz realisiert, etwa ein Zehntel aller deutschen Investitionen in China. 43 neue Investitionsvorhaben wurden besiegelt. Im Januar dieses Jahres kamen zwei weitere mit einer vertraglichen Investitionssumme von zusammen 29,25 Millionen US-Dollar hinzu. Das lässt für die künftige Entwicklung hoffen.

Auf der anderen Seite haben Shandongern Firmen noch viel Luft, sich in Deutschland zu engagieren und auf diese Weise für den Standort Shandong zu werben. Offiziellen Angaben zufolge haben bisher 111 Shandongern Firmen in Deutschland 3,63 Milliarden US-Dollar investiert. Da sollte doch mehr möglich sein. ● *pt*



Am 21. Januar 2019 wurde das ElringKlinger-Asien-Kompetenzzentrum im Deutsch-Chinesischen Ökopark eingeweiht.

Wir profitieren von „Made in China 2025“

ElringKlinger: Hochwertige Zulieferungen für Chinas Maschinenbau und Medizintechnik

Chinas Innovationsstrategie bietet deutschen Zulieferern gute Wachstumsmöglichkeiten, sind sich die Manager bei der ElringKlinger Kunststofftechnik GmbH einig. Den Erfolg im Markt garantieren maßgeschneiderte Lösungen, die idealerweise gemeinsam mit den Kunden entwickelt werden. Deshalb hat das Unternehmen im Januar in Qingdao ein asiatisches Kompetenzzentrum eingeweiht.

Nicht erst seit der Bundesverband der Deutschen Industrie Anfang dieses Jahres sein „Grundsatzpapier|China“ und wenige Wochen später der Bundeswirtschaftsminister sei-

nen Entwurf für eine auf den Wettbewerb mit China (und den USA) reagierende deutsche Industriestrategie vorgelegt haben, wird in Deutschland über die Perspektiven der

Zusammenarbeit mit China heftig diskutiert. China ist zu einem Wettbewerber geworden. Ausgeblendet wird in der Diskussion weitgehend, dass ausländisch investierte Unternehmen in den vergangenen zwei Jahrzehnten im Land „relativ einfach gutes Geld verdient haben“, wie es Sun Bo ausdrückt. Er ist Geschäftsführer der ElringKlinger Engineered Plastics (Qingdao) Co., Ltd., die im Januar dieses Jahres im Deutsch-Chinesischen Ökopark Qingdao ihr regionales Kompetenzzentrum eingeweiht hat, das erste seiner Art außerhalb Deutschlands. Die in Deutschland geführten Diskussionen kann er nur bedingt nachvollziehen und erklärt auf seine lockere Art: „Von Luxus auf Normalität umzuschalten, ist eben nicht immer einfach.“ Und er ergänzt einen Satz, der fast schon banal klingt, aber genau die richtige Antwort auf die Diskussionen in Deutschland ist: „Wenn ich einen Konkurrenten heranwachsen sehe, muss ich mir Gedanken machen, welche besseren Lösungen ich anbieten kann.“

Für sein Unternehmen gab es jedenfalls keinen Zweifel, im China- und Asiengeschäft der ElringKlinger Kunststofftechnik GmbH auf weiteren Zuwachs zu setzen. Die in den entwickelten Industrieländern oft als „Bedrohung“ gesehene chinesische Wirtschaftsstrategie „Made in China 2025“ betrachtet Sun Bo als Chance. „Wir profitieren doch nur, wenn die chinesischen Hersteller in der Wertschöpfungskette ein ganzes Stück nach oben rücken.“ Bisher hätten nur zehn bis 20 Prozent der chinesischen Maschinen- und Anlagenbauer Bedarf an ElringKlinger-Zulieferungen, meint er. „In Low-Budget-Maschinen werden unsere Komponenten nicht verbaut.“

Sun Bo geht davon aus, dass sich dies recht bald ändern und der Bedarf an hochwertigen Bauteilen deutlich steigen wird. Um dann mit im Boot zu sein, sei es wichtig, schon heute enge Beziehungen zu potenziellen Kunden aufzubauen und gemeinsam mit den Kunden die besten Lösungen zu finden. „Die Zeiten, als ein westlicher Anbieter in China nach dem Motto ‚Nimm oder lass‘ es sein‘ agieren konnte, sind längst vorbei.“ Gebraucht würden nicht „überentwickelte“ Lösungen, sondern solche, die zum Markt passen, erklärt der Manager: „Deshalb führt auch kein Weg daran vorbei, in China zu entwickeln.“

Eigentlich verfolgt das Unternehmen in Qingdao damit genau das, was für die Firma auch in Deutschland das Credo ist. In der Haute Couture würde es die Aussage „Wir produzieren nicht für die Stange“ auf den Punkt bringen. ElringKlinger ist der „Maßschneider“, der mit hochwertigen Kunststoffen Dichtungen, Schläuche und andere Module nach Kundenwünschen entwickelt und produziert. Dafür

seien Engineering-Know-how und viel Kreativität notwendig, stellt Sun Bo fest, Wissen, das in fünf Jahrzehnten akkumuliert wurde. Die ElringKlinger Kunststofftechnik GmbH ist (selbstständiger) Teil des ElringKlinger-Konzerns, der sich vor allem als Zulieferer für die Autoindustrie einen Namen gemacht hat. „Ein Hidden Champion im bekannten Konzern“, sei seine Firma, die für rund zehn Prozent des Konzernumsatzes sorgt, der im vergangenen Jahr bei 1,7 Milliarden Euro lag, so Sun Bo. 2012 hat er das Geschäft des Unternehmens in Qingdao übernommen.

Aus Qingdao nach Asien

In dem Qingdaoer Kompetenzzentrum werden Bauteile für diverse Industrien entwickelt, den lokalen Bedingungen angepasst, hergestellt und getestet, unter anderen für den Maschinen- und Autobau, für die Bahn- und Luftfahrtindustrie. Später sollen auch Produzenten von medizinischen Apparaten und Geräten beliefert werden, gibt Stefan Schmid, Geschäftsführer der ElringKlinger Kunststofftechnik GmbH, bei der Eröffnung des Kompetenzzentrums einen Ausblick. Er rechnet damit, am Standort Qingdao bis 2025 ein Jahresumsatz von 50 Millionen Euro erreichen zu können. Zielmärkte sind neben China als Schwerpunkt die Länder Ostasiens und Südasiens sowie Indien.

Das Unternehmen aus dem baden-württembergischen Bietigheim-Bissingen ist in Qingdao kein „neues Gesicht“. Das China- und Asiengeschäft wurde langfristig und konsequent in kleinen Schritten aufgebaut. Die Gründung der Handelsgesellschaft im Jahr 2008 war der Beginn der Entwicklung. Der Konzern hatte zu diesem Zeitpunkt bereits in verschiedenen Auto-Produktionszentren Chinas Werke. Das Management entschied sich aber gegen ein „Andocken“ an diese und für Qingdao als unabhängigen Standort, obwohl die Stadt nicht gerade die „erste Wahl“ war, wie Sun Bo rekapituliert.

Die Stadt habe schließlich mit einer Reihe von Vorteilen überzeugt. Die Lebensqualität sei nicht zu unterschätzen, so der Manager: „Welchen Expat zieht es schon nach Changchun im Nordosten?“ Für die ostchinesische Hafenstadt sprach die gut entwickelte Verkehrsinfrastruktur in relativ zentraler Lage zu den wichtigsten industriellen Zentren Chinas. Dazu die Nähe zu Korea und Japan. Gute Voraussetzungen für die Entwicklung des Vertriebs. Gerade für den Aufbau des Koreageschäfts sei es zudem vorteilhaft, dass viele Qingdaoer koreanische Wurzeln haben, so Sun



Maßgeschneiderte Lösungen aus Qingdao für den chinesischen und den ostasiatischen Markt.

Bo, was die Kommunikation mit koreanischen Geschäftspartnern erleichtere.

Das jetzt eingeweihte Kompetenzzentrum ist der nächste Schritt einer konsequenten Wachstumsstrategie. Mit dem Zentrum wird die Qingdaoer Niederlassung ihrem Anspruch als „Maßschneider“ für chinesische und ostasiatische Kunden gerecht. 30 Mitarbeiter beschäftigt Sun Bo derzeit. In den kommenden Jahren sollen es mehr werden, sagt Stefan Schmid bei der Einweihung des Zentrums, in dem entwickelt wird und Prototypen hergestellt werden. Für Manager Sun ist Qingdao als Entwicklungsstandort „richtig cool“. Es gibt eine Vielzahl guter technischer Hochschulen und Universitäten und damit einen großen Pool talentierter Fachkräfte. Viele sprechen Deutsch, was aus Sicht eines deutschen Mittelständlers besonders interessant ist.

In den kommenden Jahren soll dann schrittweise eine Serienproduktion aufgebaut werden. Das Kompetenzzentrum, das sich im Deutsch-Chinesischen Ökopark befindet, hat ausreichend Flächen, um weiter zu wachsen. Den Ökopark selbst bezeichnet der Manager als „Wohlfühlgebiet“. Auch wenn dort nicht die besten Anreize für eine Ansiedlung

geboten werden, überzeuge er durch sein Entwicklungskonzept, das sich von vielen anderen Industrieparks unterscheidet. Hinzu komme ein flexibles Management, das in der einen oder anderen Frage vielleicht professioneller sein könnte, jedoch bereitwillig auf Wünsche der Investoren eingehe und es ermögliche, diese umzusetzen. Das habe es ElringKlinger ermöglicht, ein „relativ schäbiges Standard-Gebäude“ zu einer blitzenden Musterfabrik auszubauen. Und: Während anderswo in erster Linie auf die Top-500-Firmen geschaut werde, seien hier nach dem Motto „Qualität statt Masse“ auch kleinere Unternehmen willkommen.

Sun Bo formuliert klare Entwicklungsvisionen. Bis 2030 will er 20 bis 30 Prozent des weltweiten ElringKlinger-Kunststofftechnik-Umsatzes in Qingdao erwirtschaften, „die Hälfte davon in lokaler Produktion“. Der Manager weiß, dass er sich damit ein ehrgeiziges Ziel gesetzt hat, baut aber auf ein „außerordentlich motiviertes“ Team und ist zuversichtlich, gemeinsam mit den Kollegen sein Ziel zu erreichen. ● *pt*

www.elringklinger-kunststoff.asia

Andreas Tank

Erfolg auf Traditionen bauen

Frühlingsfest-Saison mit Schwein meistern

Konsument in China zu sein, ist eine stressvolle Angelegenheit. In hoher Taktung nutzen Markenhersteller westliche oder chinesische Feiertage und integrieren diese in ihre Marketingplanung. Ein Anlass sticht aus allen anderen heraus: Das chinesische Frühlings- oder Neujahrsfest.

Dann reist ein Milliardenvolk in seine Heimatstädte – drei Milliarden Reisebewegungen sprechen für sich – und das sonst so schnelllebige China kommt zur Ruhe. Familien feiern ihre Zusammenkunft und den Beginn des neuen Mondjahres. Am 5. Februar 2019 betrat das Erd-Schwein die Bühne.

Auseinandersetzung mit Kultur gewinnt an Tiefe

Über die vergangenen Jahrzehnte ist die Anzahl an Marken, die saisonale Sondereditionen herausbringen, steil in die Höhe gegangen. Gleiches gilt für die Intensität der Vermark-

tung dieser Produkte und den Kampf um Konsumenten. Hier nehmen Markenhersteller immer mehr Geld in die Hand und schaffen beeindruckende Werbeeindrücke und Erlebniswelten.

Reichte es vor einigen Jahren noch, lediglich die Verpackung rot zu gestalten und das jeweilige Jahrestier zu integrieren, ist eine immer tiefer gehende Auseinandersetzung mit der reichhaltigen Schatzkammer der chinesischen Kultur zu beobachten, die bis hin zu gewitzten Wortspielen mit Homophonen reicht, aber auch durch exzellente Verzahnung einer Vielzahl von Marketingelementen beeindruckt: Neben dem Produkt und dem Design die Vermarktung in Werbekanälen aller Art, Sichtbarkeit im Flaggschiffgeschäft



Foto: EilingKlinger (linke Seite) | Andreas Tank (rechte Seite)

BRANCHEN & UNTERNEHMEN

oder im Online- und stationären Handel, Integration von Beeinflussern und Werbebotschaftern, Kooperationen zwischen Marktakteuren und mit Designern, Einsatz neuer Technologien, parallele Durchführung von Gewinnspielen und ein intelligentes Zeitmanagement als maximierende Bindeglieder.

Jahrestier steht im Mittelpunkt

Besonders ins Auge fällt stets das Tier des jeweiligen Jahres, das in den unterschiedlichsten Varianten zum Einsatz kommt. Starbucks brachte 2019 das größte Neujahrsportfolio aller Zeiten heraus und bot in seinen tausenden Cafés rosafarbene Schweinebecher, Thermoskannen, Babyglasflaschen und Sparschweine an. Wer sich modisch im Zeichen des Schweins einzukleiden gedachte, der wurde bei Brooks Brothers fündig, auf deren T-Shirts ein Schwein mit Zylinder, Fliege und Monokel zu sehen war.

Swarovski hatte Schweinekristalle in der Vitrine und machte auf diese mit heliumgefüllten Schweineballons aufmerksam. Bei Steiff standen Kuschel-Schweine ganz vorn in der Auslage. Auf der Sonderserie von SK-II war ein Ringelschwänzchen. Und Porsche hat eine besondere WeChat-Stickerserie herausgebracht, die auf das legendäre 917/20 „Pink Pig“-Design zurückgeht.

Kontinuität der Tradition

Rot ist die Glücksfarbe in China schlechthin und es hat eine zentrale Rolle in der Frühlingsfestkommunikation. Insbesondere für die im Zeichen des Schweins Geborenen ist es besonders glückverheißend, in ihrem Jahr rote Kleidung zu tragen. Wer die Dessous-Abteilungen von Kaufhäusern betrat, sah förmlich Rot. Ob Calvin Klein, Triumph oder die chinesische Marke Aimer – sie alle boten rote Unterwäsche mit teils goldenen Applikationen an. Beliebt waren hierbei die Zeichen für Glück oder Wohlstand, Fische, Wolken oder – selbstredend – Schweine. Schiesser offerierte rote Kinderbekleidung und Karl Lagerfeld stellte rote Pullover und Kleider aus: Karl Holidays.

Neben Farben wurde die Symbolhaftigkeit vieler weiterer Elemente genutzt wie der Chinaknoten bei Kjeldsen, Päonien und Vasen auf Hallmark-Karten und die Zahl 8 – sie steht für „Reichwerden“ (发财, facai) – für die 688 und 888 Yuan teuren Geschenkpakete von Häagen-Dazs. Auch

konfuzianische Elemente wie die Betonung der Familie und Kindespietät sind hochrelevant: Lego hat ein Neujahrsdinner-Set herausgebracht und Nestlé zeigte eine Szene, in der ein Sohn seinem Vater eine Dose Nahrungsergänzungsmittel schenkt.

Starke Präsenz von Beeinflussern

Immer mehr Hersteller setzen für die Vermarktung ihrer Neujahrskollektionen auf die starke Reichweite von Persönlichkeiten mit millionenfachen Follower-Zahlen auf deren sozialen Medienkanälen. Bei Swatch war es der globale Markenbotschafter Wang Junkai, 19-jähriger Sänger der chinesischen Boyband TFBoys, und Alpenliebe verpflichtete die Schauspielerin Dilraba (迪丽热巴 Dilireba).

Bei Borussia Dortmund haben einige Starspieler fleißig Chinesisch gelernt und sendeten eine chinesische Grußbotschaft an ihre Fans – in der Hand ein schwarz-gelbes Schwein. Daneben haben Kooperationen mit Künstlern und zwischen Marken deutlich zugenommen: Hugo Boss hat mit dem New Yorker Künstler Jeremyville kooperiert und Casio mit der japanischen Spielzeugmarke Be@rbrick.

Kauf durch zusätzliche Anreize stimulieren

Um in dem starken Wettbewerb den Markt weiter anzuheizen, setzen viele Marken auf Kaufanreize und Gewinnspiele. Paulaner hatte für die Vermarktung seiner Hefe-Weißbier-Geschenkverpackung ein WeChat-basiertes Memory-Spiel aufgesetzt, bei dem Teilnehmer Biergeschenke im Gesamtwert von 5.000 Yuan gewinnen konnten. Die Werbeanzeige von Coca-Cola war dagegen mit erweiterter Realität hinterlegt. Wer sie scannte, wurde von virtuellen Welten in den Bann gezogen und erhielt als Belohnung digitale Geldumschläge.

Einsatz sprachlicher Mittel mit nie dagewesenem Niveau

Die chinesische Sprache ist für ihren Sprachwitz bekannt, der auf gleichklingenden Silben beruht. Auf der Hand lag dieses Jahr der Gleichklang der Silben zhu = Schwein (猪) und zhu = wünschen (祝). Bei Ports hieß „Frohes Neues“ folglich „猪“年快乐 (zhu nian kuaile): Hörmann machte sich den Wunsch für ein gesegnetes Haus zunutze (wufu linmen, 五



福临门), wobei das letzte Schriftzeichen höchst passend die Kernkompetenz des Unternehmens ausdrückt: men (门): Tore & Türen.

Heimreise als neue Verkaufsgeliegenheit

Ein weiteres Novum war, dass die jährlich größte Bevölkerungsmigration der Welt selbst von immer mehr Firmen als gigantische Verkaufsgeliegenheit erkannt wurde. Snickers hat eine massive Werbekampagne in Kooperation mit China Eastern, China Railway, dem Shell-Tankstellennetz und dem Beeinflusser Wang Junkai gestartet. Die zentrale Botschaft: Voller Energie erreicht man sein Ziel, denn Snickers stillt den Hunger auf der diesjährigen Frühlingsfestreise: 春运, „饱”你回家. Wer hinter dem Steuer Müdigkeit vorbeugen wollte, dem half laut Wrigley's Extra wiederum das Kauen von Kaugummi. Um diesen Produktnutzen eindrücklich im Supermarkt zu demonstrieren, fuhr ein selbstfahrendes Display durch die Gänge.

Das chinesische Neujahrsfest wird zunehmend zu einem globalen Verkaufsevent. So viele Luxushersteller wie nie zuvor preisten ihre Sonderausgaben nicht nur in China und Asien, sondern auch in anderen Teilen der Welt an und präsentierten diese in ihren Boutiquen oder im Duty Free. Ob New York, London, Zürich oder Bangkok – allorts grüßte das Schwein.

Um hier den Kaufreiz besonders gegenüber chinesischen Konsumenten zu verstärken, unterstrich beispielsweise Aveda, dass die Produkte in Festlandchina nicht erhältlich sind.

Seit der wirtschaftlichen Bearbeitung des chinesischen Marktes durch westliche Marktakteure zu Zeiten des Kaiserreichs war und ist kulturelles Wissen ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Heute kämpfen mehr Marken denn je um die Gunst chinesischer Konsumenten, deren Anspruchs- und Erwartungshaltung signifikant gestiegen ist. Die aufgeführten Beispiele zeigen eindrücklich, in welcher Tiefe Unternehmen Lernkurven durchlaufen und nicht nur China-kompetenz in den Komplexen Kultur, Markt und Konsumenten aufgebaut haben und anwenden, sondern auch operative Exzellenz. Nur wer dieses Zusammenspiel beherrscht und kontinuierlich perfektioniert, hat beste Chancen, von Konsumenten positiv wahrgenommen zu werden, als relevant zu gelten, gegenüber dem Wettbewerb einen Vorsprung zu erobern und nachhaltig sein Chinageschäft auszubauen.

Andreas Tank

ist Chinaexperte und Unternehmensberater mit fast 20 Jahren China-Erfahrung. Nach dem erfolgreichen Aufbau von Viessmann und Haribo in China hat er sich mit der Unternehmensberatung und Handelsvertretung China Competence selbstständig gemacht. atank@chinacompetence.eu

Hommage an Wanderarbeiter

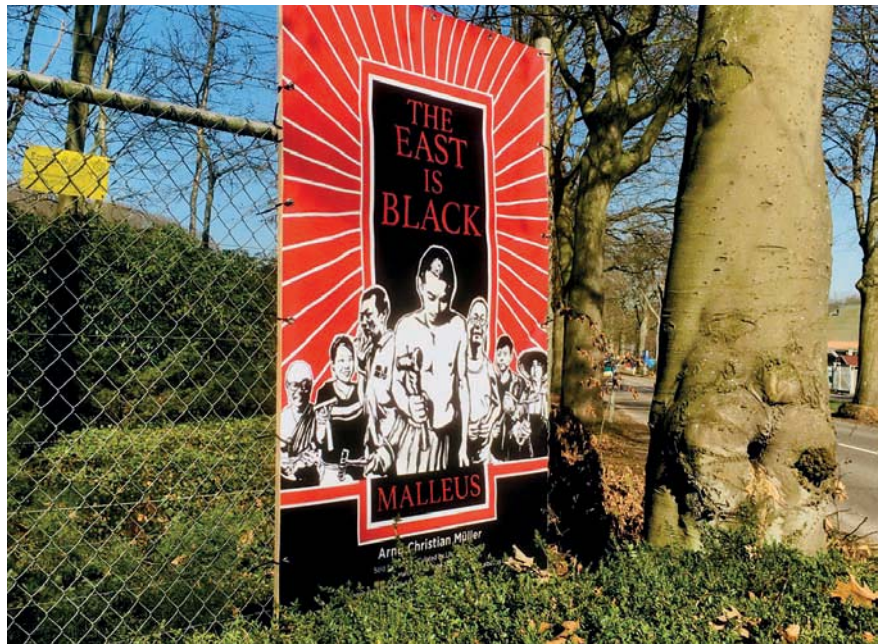
Eigentlich ist Arnd Christian Müller, der seit mehr als eineinhalb Jahrzehnten in Peking lebt, Innenarchitekt. Er wohnt im Künstlerviertel Caochangdi. Dort ist auch sein Studio momentum***. Der Name ist Programm. Viele seiner Bauprojekte wurden ausgezeichnet. Nunmehr widmet er sich weitgehend der Kunst. Wer sein Studio besucht, kann sich davon überzeugen.

Seine große Leidenschaft gehört den Wanderarbeitern, die Chinas Städte in den vergangenen mehr als 30 Jahren mit ihrem Schweiß verändert haben. Ohne ihre Arbeitskraft wäre dieser gewaltige Wandel in so kurzer Zeit kaum möglich. Ein Werkzeug der Wanderarbeiter hat es Arnd Christian Müller besonders angetan – die oft selbst aus den verschiedensten Materialien zusammengezimmerten Hämmer, grobe Werkzeuge, die die Arbeiter mit Liebe in Ehren halten, wie der Künstler in unzähligen Interviews erfahren hat. Arnd Christian Müller hat sie gesammelt und sich zu Kunstwerken wie den einmaligen Hammerharfen inspirieren lassen. In einer großen persönlichen Ausstellung präsentiert er seine Werke bis Ende Juni im niederländischen Noord-Brabant. Erstmals lässt dort ein Percussion-Duo die Hammerharfe erklingen.

Ergänzt wird die Show mit großformatigen Fotos der Arbeiter, die Arnd Christian Müller aufgenommen hat. Es sind beeindruckende und tief gehende Porträts, die eine Nähe zu den Menschen entstehen lässt, die in der chinesischen Gesellschaft viel zu selten im Mittelpunkt des Interesses stehen.

Im Juni wird der Künstler eine Installation mit dreitausend schwarz gefärbten chinesischen Wischmopsen auf der Skulpturen-Ausstellung in Pingyao nahe Peking zeigen, im Oktober in Rom und im November auf der Kunstbiennale im brasilianischen Curitiba ausstellen. ● *pt*

www.a-c-m.de





Hongkongs Straßenbahn ist 115. Neben der Star Ferry, die Hong Kong Island und Kowloon verbindet, gehört die doppelstöckige Straßenbahn auf Hong Kong Island zu den liebenswerten „Relikten“ aus alten Zeiten, die die moderne Entwicklung überlebt haben. 1904 fuhren die ersten Bahnen zwischen Kennedy Town und Causeway Bay, damals noch nicht als Doppelstöcker, die erst ab 1912 eingesetzt wurden. Auf der heute 30 Kilometer langen Schienenstrecke mit 120 Haltestellen verkehren derzeit 164 Bahnen.

Chinas Pass im Ranking aufgestiegen

Laut „Henley Passport Index“ 2019 haben Japaner weltweit die „wertvollsten“ Reisepässe, gefolgt von Singapurem und Südkoreanern. Japanische Staatsbürger können in 190 Ländern einreisen, ohne zuvor ein Visum beantragt zu haben. Für Bürger mit singapurischem oder koreanischem Pass ist dies in 189 Ländern möglich. Deutsche und Franzosen können es in 188 Ländern, US-Amerikaner und Briten in 185. Im Ranking der Reisepässe hat sich der chinesische von Platz 85 im Jahr 2017 auf Rang 69 in diesem Jahr „emporgearbeitet“.

China Southern: 21 Millionen Flugstunden 2018

China Southern Airlines, die größte Fluggesellschaft Asiens, hat im vergangenen Jahr 139,89 Millionen Fluggäste befördert, 10,8

Prozent mehr als 2017. Das Luftfracht-Volumen stieg um 3,2 Prozent auf 1,726 Millionen Tonnen. Darüber hinaus erreichte die Fluggesellschaft 30,29 Milliarden Tonnenkilometer, ein Plus von 10,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das Betriebsergebnis wuchs um 12,8 Prozent. Insgesamt absolvierten die Flugzeuge von China Southern Airlines im vergangenen Jahr mehr als 21 Millionen Flugstunden.

Auch im Passagiergeschäft ab Deutschland war eine ähnlich gute Entwicklung zu beobachten. Ab Frankfurt am Main offeriert China Southern Airlines Flugverbindungen nach Kanton, inklusive kurzem Stopover in Changsha. Von dort können Fluggäste zu rund 100 Zielen in China oder weiter zu anderen Städten in Fernost und Australien reisen. Hinzu kommen Verbindungen von Paris und Amsterdam nach Kanton und Peking mit Anschlussflügen von Air France und KLM.



GELESEN ... UND GEWUNDERT

Ende Januar wurde in China eine Namensstatistik veröffentlicht. Danach dominieren fünf Familiennamen. Am meisten verbreitet ist Wang (王), gefolgt von Li (李), Zhang (张), Liu (刘) und Chen (陈). Dem Bericht zufolge gibt es 610.000 mehr Wang als Li.

Interessiert das in Europa?

Die Nachricht hat es trotzdem am 17. Februar 2019 in die „Welt“ geschafft, weil behauptet wird, China sei deshalb führend in der künstlichen Intelligenz, Gesichts- und Stimmerkennung, weil das Land ansonsten keine Chance hätte, die vielen Wang und Co. auseinander zu halten und zu überwachen.

* * * * *

In der „Zeit“ war einen Tag später mit Blick auf die 5G-Huawei-Diskussionen in Deutschland zu lesen, selbstverständlich habe das Technologieunternehmen entgegen eigenen Behauptungen die Möglichkeit, Netze zu beeinflussen. Beweis sei, dass Chinesen mit ihren Huawei-Mobiltelefonen auf Anwendungen, die in China gesperrt sind, in Deutschland keinen Zugriff haben.

Die Wahrheit ist, dass dies unabhängig von der Mobiltelefon-Marke der Fall ist – es geht auch mit dem iPhone nicht, so lang sich der Nutzer im 4G-Netz bewegt [falls gerade vorhanden] und er seine chinesische SIM-Card verwendet.

Ein Huawei-Problem ist dies auf jeden Fall nicht. ○ pt

Fotos: Arnd Christian Müller (linke Seite) | pt (rechte Seite, links) | Maria Luisa Winterhalter (rechte Seite, rechts)

Peter Tieber

Das Netz zum Fischen mitbringen

Verhandlungsalltag in China

Wer sich mit Verhandlungsstilen in China befasst, erfährt, dass Chinas Geschäftskultur von Taoismus und Konfuzianismus geprägt ist. Sogar von den 36 Strategemen (Kriegslisten) ist die Rede. Unzählige Bücher wurden zu diesem Thema verfasst. In vielen Beratungsgesprächen wird gefragt: „Ist das wirklich so extrem?“ Nun, die Antwort könnte lauten: „Möglicherweise.“



Vergessen wir nicht, dass China sehr groß ist und daher immense regionale kulturelle Unterschiede aufweist. Eine allgemein gültige Aussage ist aus dem Grund unmöglich zu treffen und selbstverständlich kommt es immer auf die individuelle Person an. So ist es ja im Westen auch. Ein Bayer und ein Berliner würden ja auch nicht in dieselbe Schablone passen. Die junge Generation Chinas, die oftmals sogar im Westen studiert hat, kann mit der derzeitig an der Macht befindlichen, teilweise noch von der „Kulturrevolution“ geprägten älteren Generation auch nicht viel anfangen. Chinas Gesellschaft verändert sich heute fast genauso rasch wie das Stadtbild Pekings. Dennoch gibt es eine Art kulturelles Grundmuster. Genau das lohnt es sich, ins (rechte) Licht zu rücken.

Missverständnisse oder einfach nur Unverständnis?

Viele westliche Geschäftsleute urteilen bitterböse über ihre chinesischen Verhandlungspartner und beklagen sich über unfaire, ja sogar unsaubere Praktiken. So manch einer hat sogar schon frustriert das Handtuch geworfen und sich aus China verabschiedet. Zweifelsfrei gibt es erhebliche Unterschiede zwischen westlicher und östlicher Kultur. Ethikbegriffe unterscheiden sich genauso wie Kommunikationsstil und Etikette. Nicht die Sprache ist oft das Problem, sondern das interkulturelle Verständnis.

„Chinesen sind listig“, hieß es beispielsweise. – List wird in China nicht negativ bewertet, im Gegenteil. Grund-

sätzlich wird davon ausgegangen, dass ein Verhandlungspartner eine listige Taktik verfolgt. Also wird dem mit der eigenen Taktik begegnet. Nicht umsonst sind Strategiespiele wie Xiangqi, eine Art Schach, untrennbar mit Chinas Kultur verbunden. Sitzt nun aber plötzlich ein westlicher Verhandlungspartner am Tisch, beginnen die Probleme. Die westliche Geschäftskultur müssen wir an dieser Stelle ja nicht erörtern, aber es wird klar, dass hier manchmal Welten aufeinanderprallen.

In China werden die zuvor genannten 36 Strategeme schon in der Schule gelehrt, jeder kennt sie also mehr oder weniger. Bei Wikipedia sind sie übrigens nachzulesen. Selbstverständlich dürfen diese nicht wörtlich genommen werden, jedoch erinnern etliche Situationen im Verhandlungsalltag an sie.

„Uns kann nichts passieren, unsere Verträge sind wasserdicht“, sind viele überzeugt. – In China werden Verträge eher als lockere Willenserklärung gesehen, auch bei Gericht, wenn es sein muss. Unterschriebene Verträge werden immer wieder nachverhandelt und nur dann eingehalten, wenn wirklich alles passt. Ein unterschriebener Vertrag ist also längst noch kein Garant, dass nun alles wie geplant abläuft. Oftmals werden Verträge in privater Atmosphäre, etwa bei einem Dinner, besiegelt, wobei der Faktor Alkohol nicht zu unterschätzen ist. Seien Sie sich aber sicher, dass Ihr Verhandlungspartner alle Details stets im nüchternen Zustand bewertet, vor oder auch nach Vertragsabschluss. Es wäre daher von Vorteil, wenn Sie immer noch einen kleinen Bonus drauflegen können.

Es genügt nicht, zum Fluss mit dem Wunsch zu kommen, Fische zu fangen. Man muss auch das Netz mitbringen. (Konfuzius)

Seien Sie also auf die eine oder andere List vorbereitet. Im Normalfall wird ihr chinesisches Gegenüber der überlegene Part sein. Meistens werden Sie es mit sehr großen Firmen zu tun haben und Ihr Handelspartner hat klaren Heimvorteil, gepaart mit cleverem Geschäftssinn und einer guten Portion Raffinesse. Es gilt daher, ein gewisses Gleichgewicht herzustellen und einige Ihrer Startnachteile zu kompensieren.

Vereinbaren Sie beispielsweise Meetings in Ihrem Büro oder zumindest an einem neutralen Ort – das gibt Ihnen zumindest einen kleinen Heimvorteil. Es ist nämlich wichtig, dass Sie die Gespräche leiten, Richtung und Takt vorgeben. Sie sind der Regisseur. Diese Rolle übernimmt üblicherweise der Gastgeber.

Auch sollten Sie immer eigene Übersetzer mitbringen und diese zuvor auf Ihren Stil schulen. Der oder die Übersetzer(in) soll dabei stets im Hintergrund bleiben und wirklich nur Ihre Inhalte weitergeben ohne diese zu „färben“. Es ist nicht notwendig oder üblich, dass Übersetzer Kontaktdaten irgendwelcher Art austauschen.

Tipps zum Schluss

- Zeigen Sie Souveränität und Selbstbewusstsein. Laden Sie zum Geschäftsessen ein, lassen Sie ihre Geschäftspartner vom Flughafen abholen und bereiten Sie immer kleinere Willkommensgeschenke vor. Sollten Sie der Eingeladene sein, vergessen Sie nicht ihrerseits kleine Geschenke mitzubringen. Damit bringen Sie Ihr Gegenüber in die Lage, Ihnen gewissermaßen etwas schuldig zu sein, und es erhöht zugleich Ihre Gesprächsposition.
- Gehen auch Sie mit einer klaren Strategie an den Verhandlungstisch und setzen Sie sich genaue Ziele. Wenn es sein muss, verlassen Sie den Verhandlungstisch vorzeitig, wenn die Verhandlungen sich zu weit von Ihren Zielen entfernen. Lassen Sie sich nicht von ihrem Verhandlungsziel abbringen, Chinesen sind Meister in der Ablenkungstaktik.
- Selbstverständlich sollten Sie mit der chinesischen Etikette vertraut sein. Dadurch zeigen Sie Respekt vor der Kultur, das wird sicherlich sehr wohlwollend von ihrem Gegenüber wahrgenommen. Damit sind Sie schon einmal in einer guten Ausgangslage – jetzt kann es losgehen.

Wer also frustriert über die Geschäftspraktiken in China ist oder gar mit dem Gedanken spielt aufzugeben, sollte sich fragen ob er wirklich richtig vorbereitet in das Chinageschäft gegangen ist oder frei nach Konfuzius, das Netz zum Fischen mitgebracht hat. ●

Peter Tieber

ist Gründer und CEO der China-Experts Consulting Ltd., Hongkong
info@china-beratung.com www.china-beratung.com

Nächtens am Morgen (4)

Betrachtungen von Wolfgang Kubin

Es gibt zwei Völker auf der Welt, die unentwegt gelobt und nie kritisiert werden wollen: die Vereinigten Staaten und die Volksrepublik China. Beide lassen keinen Anlass aus, um sich beleidigt fühlen zu dürfen. Wohl gemerkt, es handelt sich da um zwei Weltmächte, die keine Gelegenheit verpassen, um anderen Kulturen wie ein Belehrbär Vorwürfe zu machen. Für das Reich der Mitte ist es der „Westen“, was immer das sein soll, und für Amerika ist es Europa, was immer das wiederum sein mag.

Die englischsprachige Tageszeitung *Global Times* (Peking) spielt sich gern mit der oft täglichen erhobenen Forderung „The West has to learn“ auf. In den Beiträgen ist dann nur von den USA oder Australien die Rede, gemeint sind aber auch Deutschland oder Island, weil sie ja angeblich auch zum „Westen“ gehören. Heute misstrauen 85 Prozent der Deutschen den Amis, sie vertrauen erstaunlicherweise zu 50 Prozent mehr den Chinesen. Was haben also „wir“ mit Amerika, mit dem „Westen“ zu tun? Unser einstiger Freund spielt sich seit Trump als Imperialist auf, wie er im Buche steht.

Und China? Halb so wild, mimt immer nur die beleidigte Leberwurst. Als Ende November 2018 eine italienische Modekette ihre Modenschau für Shanghai plante, lancierte sie eine Reklame, wo „Asiatinnen“ mit Stäbchen versuchten, Pizza und Pasta zu essen. Das Internet-Volk zwischen Peking und Kanton tobte vor Wut: Wie kann man uns so demütigen? Die abgebildeten Asiatinnen sahen so aus wie Chinesinnen. Stäbchen sind unser heiliges Nationalgut.

Gut, ich befragte meine chinesischen Studierenden an der Universität Shantou: Seit wann essen Chinesen mit Stäbchen? Seit der Han-Zeit, wusste niemand. Wer hat als erster über Stäbchen geschrieben? Han Fei Zi, wusste ebenso niemand.

Die Modenschau wurde abgesagt. In den Tagen darauf wurden von *Global Times* glückliche Familien mit glücklichen Stäbchen beim glücklichen Essen gezeigt. Unser heiliges Kulturgut! So tönte es. Seltsam nur, dass in derselben Ausgabe, in der der italienische

Modezar, mit dem „Westen“ gleichgesetzt, verunglimpft wurde, ein paar Seiten weiter ein Foto erschien, auf dem ein Fußballer versuchte, mit Stäbchen einen kleinen Fußball zu heben. Kein Aufschrei, keine Schlagzeile, kein Vorwurf von Rassismus, Imperialismus et cetera. Warum nicht?

Ganz einfach: Es handelte sich um einen Mann, einen Brasilianer, einen Farbigen. Sowohl in der englischsprachigen *China Daily* (Peking) als auch in der *Global Times* sind Farbige Tabu. Sie erscheinen zum Beispiel nie in Karikaturen, genauso wenig wie chinesische Führungspersonalitäten. Zum Abschluss der Karikaturisten freigegeben sind nur Weiße, also alles zwischen Trump und Merkel.

Dies ist ein neuer Rassismus, der inzwischen weltweit um sich greift. Oft gipfelt er in der von Frauen bekundeten Abscheu gegen „weiße alte Männer“. Etwas Ähnliches dürfte „man“ gegen farbige alte Frauen niemals äußern, ohne nicht abtreten zu müssen.

Der „Westen“ gibt heute einen billigen Prügelknaben ab, solange er anscheinend von Weißen repräsentiert wird. Rassismus, Faschismus, Imperialismus, Sexismus sind dann völlig beliebige Vokabeln der Denunziation. Diese dienen der Verurteilung der „Weißen“ und dem Freispruch der „Farbigen“. Das geht bis in die Wissenschaft, bis in die Sinologie hinein. Ein Kampf gegen Pauschalierung und Geschichtsklitterung ist momentan völlig aussichtslos.

Ich schweige inzwischen meist zu Dingen wie diesen. Mich verwundert dennoch weiterhin, wie die Weltmacht Nr. 2 sich immer noch durch unscheinbare Dinge wie Stäbchen landesweit und international herausfordern lässt. Da stimmt irgendetwas nicht.

Ich stamme aus einem kleinen Land. Wenn mir bei öffentlichen Lesungen in China wiederholt vorgeworfen wird, ich rezitiere wie Hitler, mache ich daraus keinen Aufstand. Paul Celan wurde dies ja auch vorgehalten. Ich bin weiß, ich bin ein Mann, ich bin alt, ich bin ein Deutscher. Damit scheint alles gesagt zu sein.

Ich bleibe stumm und belasse anderen ihre Vorurteile. Ich habe resigniert. ●



Erfolgreich verbunden

112 Büros und ein freundliches, professionelles Team erwarten Sie im German Enterprise Centre Qingdao. Ihr Erfolg liegt uns am Herzen und wir unterstützen Sie gerne mit Know-how und Kontakten aus unserem eigenen Netzwerk in Qingdao und China.

Im Überblick:

- Lobby für alle Mieter
- Büroeinheiten unterschiedlicher Größe:
 - 107 m²
 - 157 m²
 - 310 m²
- Moderne Konferenzräume
- Catering Optionen
- DGNB Platin-Zertifizierung
- Gesunder Arbeitsplatz



Tel. +86 532 6607 5005
info@gecqingdao.com

www.gecqingdao.com





START IN EINE NEUE EPOCHE

DEUTSCH-CHINESISCHER ÖKOPARK

2.0



- GLOBALE AUSRICHTUNG
- GANZHEITLICHE NACHHALTIGKEIT
- INTERNATIONALE NORMEN
- LEBEN, ARBEITEN, NATUR – EINE EINHEIT

WIR GEHEN EINEN SCHRITT WEITER – GEHEN SIE MIT UNS GEMEINSAM

WWW.SGEP-QD.DE