

NACHGEFRAGT

Chinageschäft gibt Hoffnung

Für die Raylase AG war das Chinageschäft der »rettende Anker« in wirtschaftlich schwierigem Umfeld. Xu Yuan, Repräsentant der Firma in Shenzhen, ist optimistisch, dass sich das Geschäft auch in den kommenden Jahren weiter positiv entwickelt.

Welche Bedeutung hat das Chinageschäft für Ihre Firma?

Für unser Unternehmen hat das Chinageschäft zunehmend Bedeutung. China hat als Antwort auf die globale Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise die Beschaffung moderner Anlagen gefördert. Dadurch konnten wir vergangenes Jahr das Volumen unseres Chinageschäfts sogar mehr als verdoppeln. Es war gerade das Chinageschäft, das unserer Firma während der Wirtschaftskrise Hoffnung für die Zukunft gegeben hat. Dabei ist das Potenzial des chinesischen Marktes für uns bei Weitem noch nicht ausgeschöpft.

Wie sehen Sie die Perspektiven Ihres Geschäftes mit China?

Seit drei Jahren haben wir eine Repräsentanz in Shenzhen, die wir gegenwärtig in eine Tochtergesellschaft umwandeln, damit chinesische Kunden unsere Highend-Produkte schneller und einfacher direkt in China erwerben können. Des Weiteren planen wir den Aufbau einer eigenen Produktion in Shenzhen. Bis Ende dieses Jahres wollen wir eine weitere Repräsentanz im »Optical Valley« von Wuhan eröffnen. ■

FRANK P. SCHMITZ

Netzwerke nutzen

Auslandschinesen – Partner im Chinageschäft

Wenn die Industrie- und Handelskammern ihre Mitglieder zu China-Veranstaltungen einladen und über die zunehmende Anzahl chinesischer Unternehmen in Deutschland berichten, fällt eine wiederkehrende Frage auf: Sind die meist nach internationaler Größe klingenden GmbH-Gründungen chinesischer Entrepreneure eine Konkurrenz für den deutschen Mittelstand?

Die Klärung dieser Frage erfordert zunächst einen differenzierten Blick auf den Gründungsbegriff. Nach Norbert Szyperski, Pionier der deutschen Gründungsforschung, ist eine Unternehmensgründung durch die Kombination der Merkmale originär und selbstständig gekennzeichnet und von derivativen Gründungsformen (zum Beispiel Spin-offs, Gründung von Tochtergesellschaften, Übernahmen et cetera) abzugrenzen. In der Statistik deutscher Großstädte, die für die Ansiedlung chinesischer Unternehmen werben, tauchen primär derivative Unternehmensgründungen auf. So ist

die Gründung der Huapeng Trading GmbH in Hamburg, deren Gründer Zhou Jiang 2003 die Übernahme der brandenburgischen Welz GmbH initiierte, eine derivative: Huapeng Trading ist nämlich zur Abwicklung des Europa-Geschäftes aus der von Zhous Vater in Shanghai gegründeten Huasheng Enterprises Group hervorgegangen.

Gefahr oder Chance? Kritiker sehen den deutschen Mittelstand in Gefahr, weil sich manch ein liquides chinesisches Unternehmen günstig in Deutschland einkaufen könnte. Viele Unternehmen stehen hierzulande nicht nur einer Nachfolgeproblematik gegenüber, sondern sind aufgrund der häufig zu geringen Eigenkapitaldecke insbesondere in konjunkturschwachen

Frank P. Schmitz

ist Organisations- und Gründungsmitglied der Sylter Runde.

Frank.Schmitz@Sylter-Runde.de



CHINA PARTNERS
Business Relationship Development



China Partners
Ihr kompetenter Partner in Baden-Württemberg
für die Anbahnung und Entwicklung erfolgreicher
Geschäftsbeziehungen zwischen deutschen und chinesischen
Unternehmen und Institutionen in Deutschland und China.

www.china-partners.de



China Partners | Marina Salland-Staib | Rommelshäuserstr. 71 | 70374 Stuttgart | Deutschland
Tel. +49 (0)170 - 8 59 56 35 | Fax. +49 (0)711 - 5 05 90 32 | E-Mail chinapartners@email.de



Qualität zum günstigen Preis: Drucken in China.

Zeiten für finanziell bessergestellte Konkurrenten aus dem Ausland ideale Übernahme-Objekte. Das Bonner Institut für Mittelstandsforschung geht davon aus, dass die Nachfolgefrage zwischen 2010 und 2014 für über 100.000 Familienunternehmen relevant sein wird.

Denjenigen, die in der Übernahme der Welz GmbH ein besorgniserregendes Ereignis sehen, ist entgegenzuhalten, dass die chinesischen Investoren die Stellung als Marktführer für Druckgasflaschen seit dem Kauf ausbauen und somit Arbeitsplätze sichern konnten. Investoren aus China sind nicht mit amerikanischen Hedgefonds-Gesellschaften gleichzusetzen. Andererseits bieten derivative Unternehmensgründungen dieser Art deutschen Firmen nur bedingt die Möglichkeit, ihre Netzwerke in Europa für ihr Chinesengeschäft zu nutzen. Demgegenüber vermarkten chinesische Gründer originärer Unternehmen in Deutschland die Öffnung ihrer Netzwerke innerhalb ihres Geschäftsmodells, indem sie bereits auf ihrer Firmenhomepage gezielt darauf hinweisen.

Im Vergleich zu den USA, wo junge auslandschinesische Entrepreneur in den vergangenen zehn Jahren tausende erfolgreicher Unternehmen wie SpreadTrum gegründet haben, ist die Zahl der gründungswilligen Chinesen in Deutschland eher gering. Letzteres ist vor allem auf die Migrationspolitik zurückzuführen, denn die Rahmenbe-

dingungen für (Bildungs-)Migranten in Deutschland, eine Unternehmung nach § 21 des Zuwanderungsgesetzes zu gründen, haben sich trotz der am 28. August 2007 in Kraft getretenen Reform des Zuwanderungsgesetzes nicht verbessert und dürften selbst die Hochqualifizierten vom Schritt in die Selbstständigkeit abschrecken. Die Änderung des Zuwanderungsgesetzes sei zwar ein Schritt in die richtige Richtung, so der Magdeburger Professor für Elektrotechnik Ding Yongjian, reiche aber bei weitem noch nicht aus.

An Guanxi partizipieren. Dennoch sind auch hierzulande chinesische Entrepreneur zu beobachten, die nicht nur den Weg in die Selbstständigkeit gewagt haben, sondern deutsche Unternehmen im übertragenen Sinne an ihren Guanxi (also Beziehungen) partizipieren lassen. Zu den bekanntesten «networkenden» Unternehmern in Deutschland zählt Chen Mang, der 1999 die Chinesische Kaufmannschaft in Deutschland e.V. gründete und hierzu folgende Grundsätze formulierte:

- Wahrung und Pflege der Interessen der chinesischen Kaufleute
- Koordination und Abstimmung mit den deutschen Kaufleuten
- Förderung der deutsch-chinesischen Zusammenarbeit
- Vertiefung des interkulturellen Verständnisses und Kontaktes
- Schaffung von weltweiten Netzwer-

ken zu Kammern und Verbänden, zum aktiven Aufbau von Geschäftskontakten zu potenziellen Kooperationspartnern.

Die Vereinigung bietet deutschen Unternehmern Zugang zu einem institutionalisierten Netzwerk.

Neben Chen Mang, der nach 1989 als Student nach Deutschland kam und 1993 die Caissa AG in Hamburg gründete, gibt es weitere zu erwähnende Gründungsbeispiele der jüngeren Studentengeneration. Liao Nanjiang studierte zwischen 2005 und 2009 unter anderem BWL in Berlin und gründete 2007 parallel zum Studium zusammen mit einem deutschen Kompagnon die DE Druck Europa GmbH. Das Unternehmen wirbt mit dem Satz »Deutsche Qualität printed in China« und lässt seine Kunden an den Marktvorteilen teilhaben, indem es die günstigen Produktionskosten weiterreicht und darüber hinaus die Interessen ihrer deutschen Kundschaft in China vertritt und für diese maßgeschneiderte Produkte zusammen mit den chinesischen Partnern entwickelt.

Ein weiteres Beispiel ist die von Yang Liu gegründete LiveInGreen GmbH. Die Gründerin will eine Brücke zwischen China und Europa in der Photovoltaik- und LED-Industrie bauen und ein Qualitätssystem durch die Kooperation mit ihren Partnerunternehmen installieren. Die chinesischen Hersteller denken in erster Linie an den Verkauf eines Produktes. Produktrelevante Design- oder Systemfragen, die unter anderem die Konzeption und Durchführung von Schulungen des chinesischen Personals erforderlich machen, werden bei der Vertragsgestaltung (Service Agreement) mit deutschen Kunden oftmals nur unzureichend geklärt. Diese Lücke will Yang mit ihrem Serviceangebot schließen.

Dass erfolgreiche deutsch-chinesische Zusammenarbeit Kundennähe erfordert, zeigen jüngste Lieferantenmodelle von Unternehmen der deutschen Zulieferindustrie, die ihre chinesischen Partner zur Ansiedlung in Deutschland motivieren. Julian Busch, dem Geschäftsführer der auf die Beratung chinesischer Unternehmensgründungen in Deutschland spezialisierten MPR GmbH, liegen bereits die ersten Mandate aus China vor. ■