AUSGABE 37 JULI 2018 WWW.CIHD.DE € 5,00

CIHD MAGAZIN

Chinesischer Industrie & Handelsverband e.V. in Deutschland

01 Interview

Prof. Hermann Simon Gründer von Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants GmbH

02 Interview

Eckart Preen Geschäftsführer WFG Wirtschaftsförderungs-gesellschaft Krefeld mbH

03 Wirtschaft

Digitalisierung: China macht es anders

04 Porträt

Global Connect Admin B.V. —— Experte in grenz-überschreitenden Transak-tionen



Prof. Hermann Simon
Gründer von Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants GmbH



Famous Industrial Group GmbH
德 国 飞 马 集 团 公 司

Famous Headquarters
德国飞马集团公司总部



WAT Wärme-Austausch-Technik GmbH
WAT 热 能 交 换 技 术 有 限 公 司

Production base in Germany
德国生产基地



FAMOUS-WAT Klimatec Company Limited
烟 台 飞 马 瓦 特 热 交 换 技 术 有 限 公 司

Production base in China
中国生产基地

FAMOUS Germany®

PRODUCTION
设备生产

INVESTMENT
项目投资

IMPORT & EXPORT
进口出口

CONSULTING
咨询服务

德国飞马集团公司
Famous Industrial Group GmbH

Zülpicher Str. 5, 40549
Düsseldorf, Germany
www.famous-germany.de
info@famous-germany.de

Inhalt


05 Prof. Hermann Simon


11 Eckart Preen


13 Prof. Ulrike Reisach


15 Dr. K. van Marwyk


21 Frank Huster

04 GRUSSWORT
Prof.-Ing. Wolfgang Luan

05 INTERVIEW
Prof. Hermann Simon
Gründer von Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants GmbH

11 Eckart Preen
Geschäftsführer
WFG Wirtschaftsförderungsgesellschaft
Krefeld mbH

13 Prof. Ulrike Reisach
Hochschule Neu-Ulm

15 WIRTSCHAFT
Digitalisierung: China macht es anders

von Klaus van Marwyk, Sascha Treppte und Zhanfu Yu bei Roland Berger

17 NACHRICHTEN
Chinas 40-jähriger Aufschwung überstrahlt die globale Konkurrenz

China reduziert den Mindestreservesatz um 50 Basispunkte

Chinas Handelsministerium kritisiert wechselhafte Stellung der USA

Unternehmen in der EU zeigen anhaltendes Vertrauen in China

Nationale Importe nehmen stetig zu

Lokale Funktionäre sollen mehr Verantwortung übernehmen

Chinesische Unternehmen fallen mit Sponsoring bei der WM 2018 auf

21 PORTRÄT
Frank Huster
Geschäftsführer Global Connect Admin B.V.

Global Connect Admin B.V.——
Experte in grenzüberschreitenden Transaktionen

24 INFORMATION
Übersicht über Kauf-/Beteiligungsinteressen in Deutschland

26 KULTUR
Die Große Mauer in den Köpfen-
Was China und den Westen voneinander trennt

30 MITGLIEDER SPEZIAL
HLFP-China Tag in Düsseldorf
CIHD-Stammtisch beim Mitglied RLT

Präsidiums- & Kuratoriumsmitglieder des CIHD

Antragsformular für den Eintritt in den CIHD

Impressum

Herausgeber:
CIHD - Chinesischer Industrie- und Handelsverband e.V. in Deutschland
Zülpicher Straße 5, 40549 Düsseldorf
www.cihd.de

Redaktion/Revision:
Stella Wang
Jing Ma
Alexander Zisser
Susi Luan

Druck:
TIAMATdruck GmbH
Luisenstrasse 69
40215 Düsseldorf



Prof.-Ing. Wolfgang Luan,
Präsident des CIHD

Sehr geehrte Mitglieder und Freunde/innen des CIHD, liebe Leser/innen,

Ich möchte Ihnen an dieser Stelle meine besten Grüße mitteilen und ich freue mich, Ihnen auf diesem Wege eine kurze Einführung in diese neue Ausgabe des CIHD-Magazins geben zu dürfen.

Für das Titelinterview dieses Magazins konnten wir eine Persönlichkeit gewinnen, die nicht nur in Deutschland zu den führenden Denkern in der Wirtschaftswissenschaft gehört, sondern auch in China einen herausragenden Ruf hat. Prof. Dr. Simon ist der Erfinder des Begriffs „Hidden Champion“ und er hat diesen weltweit bekannt gemacht. Ich bewundere an ihm jedoch nicht nur seine intellektuelle Brillanz, sondern auch seine Fähigkeit, seine Theorie in einfachen, klaren Worten zu formulieren. Der CIHD versteht sich als Plattform gerade für kleine und mittelständische deutsche und chinesische Unternehmen - und eben jenen Unternehmern, die solche Firmen aufgebaut haben oder weiterentwickeln, empfehle ich dringlich dieses Interview. Es lohnt sich!

Ich gebe zu, dass ich als zugezogener im Rheinland die Stadt Krefeld lange unterschätzt habe, zu stark ist die Strahlkraft von Düsseldorf und auch Duisburg. Dabei haben sich gerade dort auch chinesische Weltkonzerne angesiedelt, wie z.B. XCMG. Herr Eckart Preen leitet die dortige Wirtschaftsförderung und er erklärt, wie sie dies erreichen.

Gehören auch Sie zu denjenigen, die chinesische Investoren eher skeptisch sehen? Dann sollten Sie das Interview mit Frau Prof. Dr. Reisach lesen. Sie hat intensiv die Übernahmen deutscher Unternehmen durch chinesische Investoren untersucht und hat dabei festgestellt, dass diese sehr häufig viel besser für die Zielunternehmen sind als ihr Ruf. Langfristige Strategien und die Bereitschaft zu Investitionen am Standort Deutschland zeichnet sie in der Mehrzahl aus!

Mit oft unterschiedlichen Strategien von chinesischen und deutschen Unternehmen beschäftigt sich auch Dr. van Marwyk. Dies geschieht jedoch nicht in abstrakten Theorien, sondern er zeigt es am Beispiel von aktuellen strategischen Entscheidungen von deutschen und chinesischen Hafenbetreibern.

Ich hoffe, Sie haben in den vergangenen Ausgaben bereits den Artikel über die „große Mauer in unseren Köpfen“ gelesen. Als gebürtiger Chinese, der seit vielen Jahren in Deutschland lebt weiß ich, dass es sie gibt und Prof. Xuewu Gu beschreibt sie eindringlich. Ich kämpfe seit vielen Jahren dafür, dass diese Mauer zerbricht, die Voraussetzung hierfür ist jedoch, dass man sie kennt. Nur dann ist man in der Lage, sie systematisch niederzureißen. Der hier veröffentlichte Auszug aus einem weiteren Kapitel des Buches leistet hoffentlich einen Beitrag hierzu.

Wie immer ist es mir eine Freude, wenn ich über Aktivitäten von unseren Mitgliedern oder unserem Verein selbst berichten darf. So veranstaltete unser Mitglied Hoffmann Liebs Fritsch & Partner den HLFP-China Tag, an dem auch der chinesische Konsul Zitian Pan teilgenommen hat. Und natürlich möchte ich den letzten CIHD-Stammtisch erwähnen, der diesmal bei RLT Ruhrmann Thieben & Partner stattgefunden hat. Es ist immer wieder schön zu sehen, wenn sich unsere Mitglieder angeregt austauschen und alle von den Erfahrungen des jeweils anderen profitieren können.

Zum Abschluss möchte ich Ihnen nun noch viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe wünschen und ich hoffe, dass Sie viel Neues und Interessantes aus dieser Ausgabe für sich ziehen können.

Herzliche Grüße

Ihr



Wolfgang Luan



Prof. Hermann Simon

Interview mit Prof. Hermann Simon, Honorary Chairman von Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants GmbH

CIHD: Prof. Simon, wie definieren Sie einen Hidden Champion? Welche wichtige Eigenschaft hat ein Hidden Champion?

Prof. Simon: Ein Hidden Champion ist ein mittelständisches Unternehmen, das in seinem Markt zu den Top 3 in der Welt gehört. Den Kern des Hidden Champions Konzeptes bilden Fokussierung und Globalisierung. Fokus macht den Markt klein. Globalisierung macht den Markt groß. Ein Hidden Champion verzichtet auf Produkte, bei denen er nicht Marktführer werden kann und konzentriert sich auf seine Stärken. Ein Beispiel ist Moris Technologies aus der Provinz Shandong. Moris hat es geschafft, bei drei Spezialchemikalien für den Brandschutz Nummer Eins in der Welt zu werden. Ich habe einige chinesische Unternehmer von dem Konzept überzeugen können. Einer davon ist aus Hangzhou, sein Unternehmen ist sehr innovativ, ebenfalls im Spezialchemiebereich. Er sagte mir: „Ich verdiene gutes Geld. Ich gehe doch besser in den Immobilienmarkt, da steigen die Preise und ich mache hohe Gewinne.“ Ich riet ihm jedoch: „Bleibe bei deinem Business und internationalisiere.“ Das ist erfolgreichen Unternehmern aber schwer beizubringen. Weil die meisten glauben, dass sie alles können. Die Großen wie Haier meinen das auch. Haier ging in Mobiltelefone. Spielen sie da eine Rolle? Nein! Haier kann Hausgeräte. Mobiltelefonie ist hingegen ein anderes Spiel, das Xiaomi besser beherrscht. Ich sehe in China, dass viele diversifizieren. Das ist übrigens in anderen Emerging Countries ähnlich, beispielsweise in der Türkei. Da hat man diese Konglomerate, die alles machen. Doch das ist nicht der Weg zur Weltklasse.

CIHD: Sie haben im Jahre 1996 den Begriff Hidden Champion geprägt. Diese Definition und die Liste der Hidden Champions haben Sie seither mehrfach aktualisiert. Hat sich die Definition von Hidden Champion gegenüber 1996 geändert?

Prof. Simon: Die Liste der Hidden Champions wird laufend aktualisiert. Die Liste wächst, aber manchmal fällt auch ein Unternehmen raus, weil es seine weltmarktführende Position verliert oder weil ein Merger stattfindet. Was die Definition der Hidden Champions angeht, ist die Entwicklung auch interessant. In meiner ersten Definition in den 90er Jahren hatte ich als maximale Größe 1 Mrd. Dollar – da gab’s den Euro noch nicht. 10 Jahre später beim nächsten Buch habe ich das auf 3 Mrd. Euro erhöht, weil die Firmen so gewachsen waren und in dem aktuellen Buch auf 5 Mrd. Und wir hatten gerade letzte Woche hier ein Treffen mit dem Direktor des Hidden Champion Institutes (HCI), das wurde vor einigen Monaten in Berlin gegründet. Wir überlegen, ob wir auf 7 oder 10 Mrd. Euro als Obergrenze gehen, weil diese Unternehmen einfach in diese Größenordnung hinein wachsen. Das erscheint groß, aber im Verhältnis zu den 500 größten Unternehmen der Welt ist diese Obergrenze nur eine mittlere Größe. Die Großen machen im Schnitt einen Umsatz von 54 Mrd. Dollar, und das kleinste Unternehmen von ihnen erzielt einen Umsatz von 25 Mrd. Dollar. Es gibt diese neue mittlere Kategorie von Unternehmen, die global präsent sind und durchaus einige Mrd. Umsatz machen. Und wir sehen auch, dass zunehmend chinesische Unternehmen in diese Kategorie hineinwachsen. Es gibt natürlich auch in China die ganz Großen wie Huawei, Lenovo und Haier, aber zunehmend

auch chinesische Mittelständler, die mehrere hundert Mio. oder einige Mrd. Umsatz erzielen. Diese Unternehmen sind anders als die Großkonzerne, sie sind aber auch anders als die Kleinbetriebe, die nur im nationalen Rahmen Geschäfte betreiben. Genau diese Gruppe ist der Gegenstand meiner Hidden Champions Forschung und auch des neuen Hidden Champions Institutes.

CIHD: Welche Kernelemente sind entscheidend, damit ein Unternehmen als Hidden Champion bezeichnet werden kann?

Prof. Simon: Es gibt drei Kernelemente der Hidden Champion-Strategie. Einmal ambitiöse Ziele, das heißt Marktführer und idealerweise Weltmarktführer zu werden. Dieses Ziel erfordert, dass man der Beste in seinem Markt ist. Zweitens Fokus. Weltklasse wird man nur durch Fokussierung. Fokus macht aber einen Markt klein, deshalb als drittes Kernelement der Strategie die Globalisierung. Globalisierung macht jeden Markt ausreichend groß für solche mittelständischen Unternehmen. Also ambitiöse Ziele, Fokus und Globalisierung. Das sind die drei Pfeiler der Hidden Champion-Strategie.

CIHD: Sie haben in Ihrem Buch geschrieben: Das Ziel des Managements ist Profit nicht Marktanteil, aber der Marktanteil ist gleichzeitig das erste Merkmal des Champions. Können Sie diesen latenten Widerspruch erklären?

Prof. Simon: Das ist kein Widerspruch. Beim Marktanteil kommt es darauf an, wie man die Marktführerschaft erreicht. Macht man das durch Innovation, durch gute Produkte, durch effizienten Vertrieb zu vernünftigen Preisen, dann ist das eine sehr gute Strategie. Erobert man hingegen den Marktanteil durch aggressive Preise, ohne entsprechend niedrige Kosten zu haben, dann ist das der Weg in den Ruin, siehe General Motors. Also der Anspruch auf Marktführerschaft und die langfristige Gewinnorientierung sind kein Widerspruch, wenn man die Marktführerschaft über Innovation, Qualität und gute Preise erreicht. Sie sind ein Widerspruch, wenn man mit aggressiven, niedrigen, nicht kostendeckenden Preisen um die Marktführerschaft kämpft.

CIHD: Welche typischen Entwicklungsphasen kennzeichnen einen Hidden Champion?

Prof. Simon: Er muss zunächst in seinem Heimatmarkt der Beste sein. Und dann kommt die entscheidende Phase, in der er sich fragt: „Wie wachse ich jetzt weiter?“ Wenn er im Heimatmarkt Marktführer ist, dann kann er dort zwangsläufig nicht mehr so stark wachsen. Dann kommt die Internationalisierung und die dauert sehr lange. Der Engpass bei der Internationalisierung ist nicht das Kapital, sondern es sind die Menschen. Man braucht Mitarbeiter, die das Geschäft in anderen Ländern aufbauen können. Und ich spreche aus eigener Erfahrung. Der erste ausländische Markt, in den Simon - Kucher & Partners eingetreten ist, waren die USA. Wir sind also nicht von Bonn nach Zürich oder Wien gegangen, sondern wir wollten eine weltweit erfolgreiche Unternehmensberatung, idealerweise Weltmarktführer werden. Dazu, das war uns klar, mussten wir uns im amerikanischen Markt behaupten. Österreich oder die Schweiz hätten uns im Hinblick auf diese Ambition nicht vorangebracht. Und in jedem Land, in das wir neu reingehen, haben wir wieder dieselbe Herausforderung: finden wir einen Managing Director der das Geschäft dort entwickeln kann? Das passiert vor Ort, nicht in unserer Zentrale in Bonn. In der Regel muss das ein Einheimischer sein, der die lokale Sprache spricht und kein Expatriate. Wir haben insgesamt 100 Partner und mehr als 1200 Mitarbeiter. Aber allenfalls 6-7 Partner sind im Ausland eingesetzt. Und das eher an internationalen Orten wie Singapur oder Dubai. Dort haben wir Deutsche, aber wir brauchen in USA, in Frankreich, in Japan, lokale Managing Directors und diese zu entwickeln dauert Jahre. Fähige Talente zu finden, sie zu trainieren und zu halten, das ist die große Herausforderung in der Globalisierung.

CIHD: Im Vergleich zwischen den Hidden Champions und anderen erfolgreichen Unternehmen, welche Wettbewerbsvorteile hat ein Hidden Champion?

Prof. Simon: Der Hidden Champion baut seine Strategie nicht auf einem einzelnen Wettbewerbsvorteil auf, sondern wenn wir uns die Wettbewerbsvorteilmatrix ansehen, dann besitzt er mehrere. Der wichtigste Wettbewerbsvorteil liegt in der Produktqualität. Aber die Hidden Champions sind auch im Service sehr gut. Sie haben in der Regel höhere Preise, jedoch stimmt die Wirtschaftlichkeit, weil die Leistung oder die Lebensdauer höher ist. Die drei Wettbewerbsvorteile, deren Bedeutung in den letzten 10 Jahren am stärksten angestiegen ist, sind Beratung, Systemintegration und Ease of Use. Je komplexer die Produkte werden, desto besser muss ich meine Kunden beraten. Systemintegration bedeutet, dass der Kunde kein einzelnes Produkt, sondern eine Problemlösung, eine Systemlösung will. Und

drittens: Ease of Use – Bedienungsfreundlichkeit. Auch hier gilt: je komplexer die Produkte werden, desto wichtiger wird die Bedienungsfreundlichkeit. Denken Sie nur an das Apple iPhone. Das sind die Wettbewerbsvorteile, die am stärksten an Bedeutung gewonnen haben.

CIHD: Klein und stark – das sind die typischen Merkmale der Hidden Champions. Wenn diese aber doch größer und stärker sein wollen, mit welchen Herausforderungen haben sie zu rechnen? Wie schaffen sie den Durchbruch?

Prof. Simon: Die zunehmende Größe bildet natürlich eine enorme Herausforderung. Wenn man größer wird, auch internationaler, in mehreren Ländern präsent ist, wird man dann zum bürokratischen Großunternehmen. Dieser Gefahr sind sich die Führer der Hidden Champions durchaus bewusst und versuchen gegenzusteuern. Und das Mittel zum Gegensteuern ist Personal oder Sie können sagen Unternehmenskultur. Wir machen das auch so, wir holen ausländische Mitarbeiter in bestehende Büros, wir rotieren sehr stark. Wir veranstalten ein World Meeting, zu dem wir alle Mitarbeiter für mehrere Tage nach Bonn einladen, auch die Sekretärinnen, damit sich alle gegenseitig kennenlernen. So wollen wir verhindern, dass wir ein bürokratischer Laden werden, in dem nur nach Vorschrift gearbeitet wird. Wenn man hingegen sagen kann:„Ich weiß, wen ich in Tokyo oder in New York anrufen kann, weil ich die Person kenne“, so erleichtert das die Prozesse enorm. Bei 1200 Mitarbeitern ist das schon an der Grenze, ob das noch bei 10.000 geht, weiß ich nicht. Aber zumindest bemühen sich die Hidden Champions darum, diese Kultur der Flexibilität, der Agilität, auch der Identifikation mit dem Unternehmen, zu erhalten. Sie haben gesagt, Hr. Prof. Luan, dass Sie alle Mitarbeiter gehalten haben. Genau das gilt auch für die Hidden Champions. Sie haben eine Fluktuationsrate von 2,7% pro Jahr, das ist praktisch Null Fluktuation. Der Durchschnitt für Deutschland liegt bei 7,3%. Das zeigt also, dass es mit der Unternehmenskultur bei den Hidden Champions stimmen muss, es geht praktisch kein Mitarbeiter weg.

CIHD: Welche strategische Rolle spielt die Preisgestaltung und welche Preisstrategie verfolgen die Hidden Champions?

Prof. Simon: Hidden Champions haben eine ganz klar value-orientierte Strategie und keine preisorientierte Strategie. Obwohl sie Weltmarktführer sind, liegen ihre Preise in der Regel 10-15% über dem Marktniveau. Was zeigt das? Das zeigt, dass dem Kunden Qualität letztendlich wichtiger ist als der Preis. Diese Position kann man allerdings nur aufrechterhalten, wenn man permanent innoviert und immer höheren value-to- customer bietet. Dazu passt das Motto von Miele, das seit 120 Jahren gilt. Es heißt „Immer besser“ und hat eine doppelte Bedeutung. Immer besser als gestern und immer besser als die Konkurrenz. Der Preis der teuersten Miele-Waschmaschine ist etwa doppelt so hoch wie der Preis der teuersten Bosch-Maschine.

CIHD: Hidden Champions sind sehr häufig in Nischenmärkten tätig. Welche Bedingungen haben sie zu erfüllen, um eine Pionierrolle in der Globalisierung zu spielen? Worauf ist in diesem Zusammenhang besonders zu achten?

Prof. Simon: Fast alle Märkte dieser Welt sind Nischenmärkte. Wie viele separierbare Märkte es gibt, weiß niemand. Vielleich sind es 20.000 abgrenzbare Märkte. Wie viele von denen sind große Märkte? Automobilmarkt, große Flugzeuge, Handys etc? Höchstens 200! Alle anderen sind Nischenmärkte. Alles was Sie hier im Raum sehen, sind Nischenmärkte. Videokonferenzanlagen, Premium-Büromöbel, die Stühle usw. Das heißt, es gibt tausende oder zehntausende Möglichkeiten, Weltmarktführer oder der Beste in seinem Markt zu sein. Um das zu erreichen, muss man allerdings bei der Stange bleiben. Jetzt sind wir wieder beim Thema Fokus. Wenn ich alles machen will wie zum Beispiel Möbel, Leuchten und Wanddekoration, dann sind wahrscheinlich andere bei Möbeln, Leuchten und Wanddekoration besser als ich, der versucht, alles zu können. Nur Fokus führt zu Weltklasse. Dazu muss dann die Globalisierung kommen. Der Markt wird groß genug, auch bei Nischenmärkten, wenn ich in der ganzen Welt verkaufe. Und dann sehe ich noch die Markenpolitik. Ich spreche zwar vom Hidden Champion, weil diese Firmen im allgemeinen Publikum niemand kennt, aber in ihren Märkten besitzen die Hidden Champions globale Marken und zwar die führenden Marken. Das heißt, jeder relevante Kunde kennt diese Firmen. Es wäre Unsinn, Geld für allgemeine Werbung zu verschwenden. Das heißt, ich erhalte einen Vorteil durch die Fokussierung und Konzentration, weil meine Zielgruppe genau definiert ist. Und dadurch kann ich Kundenbeziehungen direkt pflegen und effizienter kommunizieren.

CIHD: Fokussierende und tiefe Strategien können allerdings dazu führen, dass Unternehmen viele Marktchancen verpassen. Welche Risiken sind in dieser Hinsicht zu

beachten?

Prof. Simon: Natürlich gehört zur Fokussierung und zur Marktsegmentierung der Verzicht auf Marktchancen auf anderen Feldern, ganz klar. Und es ist auch so, dass mit der Fokussierung Risiken damit verbunden sind. Das größte Risiko besteht darin, dass der Markt einfach wegfällt. Sie brauchen heute praktisch keine Briefmarken mehr. Sie brauchen selbst keine Kameras mehr. Sie brauchen keine Telefonbücher mehr. Warum, weil jeder ein Smartphone dabei hat. Das Risiko des Marktwegfalls ist real. Das zweite Risiko ist, dass mein Produkt oder meine Technologie durch eine neue Technologie ersetzt wird. Dann ist die Frage: schaffe ich den Übergang auf diese neue Technologie? Einige haben das sehr gut gepackt wie etwa Trumpf beim Übergang von mechanischen Maschinen auf Lasermaschinen. Andere sind daran gescheitert. Ein Beispiel ist die Firma Reflecta, die Weltmarktführer bei Diaprojektoren war, aber bei Beamern keine Rolle mehr spielt. Das kann selbst sehr Großen passieren, wie man am Beispiel Kodak sieht.

CIHD: Sehr häufig haben die Hidden Champions ein sehr enges Tätigkeitsfeld. In der Realität gibt es jedoch auch viele erfolgreiche Unternehmen, die ein sehr breites Portfolio besitzen. Können Sie uns etwas über die delikate Balance von Fokussierung und Diversifizierung sagen?

Prof. Simon: Die große Managementmode von 1960 bis 2000 war die Diversifikation. Seit etwa 2000 kann man hingegen klar feststellen, dass wir eine Tendenz zur Refokussierung beobachten. Ein gutes Beispiel ist der Chemiekonzern Bayer. Bayer hat Lanxess und Covestro abgespalten und Dutzende von Spezialisten wie Symrise, die Dentaltechnik etc. verkauft. Ähnlich bei Siemens, kürzlich wurde die Medizintechniksparte Health ineers abgespalten, Osram wurde verselbstständigt, genauso die Dentalsparte Sirona. Aus meinen Erfahrungen kann ich nur sagen, dass die Verselbstständigung diesen Firmen enorme Wachstumsschübe gegeben hat. Ich halte das für eine ganz klare Bestätigung des Wertes von Fokussierung und des Herauslösens aus sehr komplexen Konzernstrukturen. Mir sagte einmal der Chef eines Unternehmens, das zu einem Großkonzern gehörte: „Ich bin zwar hier Vorstandsvorsitzender, aber ich bin zwei Tage pro Woche damit beschäftigt, an die Zentrale zu reporten. Die Wertschöpfung daraus ist nahe an Null.“ Wenn dieser CEO davon befreit ist, dann muss er sich vielleicht um die Börse oder den neuen Eigentümer kümmern. Dann kann er wahrscheinlich von den zwei Tagen anderthalb Tage auf sein Geschäft verwenden.

CIHD: Groß, aber schwach ist eine sehr bekannte Krankheit chinesischer Unternehmen. Viele Unternehmen in China versuchen groß und stark zu sein. Aus Ihrer Sicht, was sind die Ursachen dafür, dass chinesische Unternehmen häufig groß und schwach sind?

Prof. Simon: Ich weiß nicht, ob sich diese Frage auf die state-owned enterprises bezieht, vermutlich überwiegend. Aber die meisten SOEs sind auch nicht international aktiv. China Mobile, die Post, die Eisenbahn, das Stromnetz beschränken sich im Wesentlichen auf China. Die Banken sind ebenfalls auf das Inland konzentriert und damit dem internationalen Wettbewerb weniger ausgesetzt. Es gibt aber chinesische Firmen, die groß und stark sind. Das gilt sogar international. Dazu gehören Huawei, Lenovo oder Haier. Und die Internetfirmen wie Alibaba, Tencent, JD.Com oder Netease sind in China groß und stark, aber auch sie machen den Großteil ihrer Geschäfte in China und haben da Schutz vor den Amerikanern. Und dann gibt es eine Reihe chinesischer Hidden Champions. Ich nenne hier mal JDI, den Weltmarktführer bei Drohnen, als herausragendes Beispiel. Also wir haben in China eine Mischung. Auf der einen Seite SOEs, die groß, aber im internationalen Wettbewerb eher schwach sind. Und wir haben auf der anderen Seite Firmen die fokussiert und international stark, zum Teil sogar Weltmarktführer sind.

CIHD: Anders als in Deutschland ist es schwierig, für chinesische Hidden Champions langfristig eine Monostruktur beizubehalten, da sich in China die Märkte sehr schnell entwickeln. Hierdurch bieten sich viele Chancen, die meisten Unternehmen in China sind eher für die Diversifizierung, um möglichst viele Chancen nutzen zu können. Aus Ihrer Sicht, welche unterschiedlichen Herausforderungen begegnen chinesischen und deutschen Hidden Champions?

Prof. Simon: Ihre Diagnose des Verhaltens chinesischer Unternehmer oder Unternehmen ist zu 90% richtig. Das heißt, alle Märkte wachsen in einem Land wie China. Damit hat man vor Ort im eigenen Land viele Möglichkeiten, zu investieren und zu wachsen. Und genau in diese Falle tappen die meisten. China ist groß, ja sogar sehr groß. Aber es macht auf Basis des Bruttoinlandsproduktes nur 15% des Weltmarktes aus. Mit anderen Worten: Wenn ich mich auf China beschränke,

verpasse ich 85% des Weltmarktes. Globalia, die globalisierte Welt, ist viel größer als China. Ich versuche immer wieder, chinesische Unternehmer, die wir beraten von ihrer Diversifikationsmanie abzubringen und rate ihnen: „Bau eine Weltmarktstellung auf. Versuch, ein Hidden Champion zu werden, dazu musst du aber anders vorgehen.“ Bei einigen ist mir das gelungen. Wir sehen auch eine zunehmende Zahl chinesischer Hidden Champions. Aber das ist eine schwierige Überzeugungsaufgabe.

CIHD: Was sind die Unterschiede von Hidden Champions nach Ländern? Welche Vorschläge können Sie chinesischen Hidden Champions geben?

Prof. Simon: Da darf ich mal mit einer Gegenantwort argumentieren. Wie gut passen China und Deutschland zusammen? Die Chinesen sind fleißig und arbeiten hart. Sie sind auch eher industrie- und technikorientiert und nicht so sehr auf einfache Konsumgüter und Marketinggags aus. Sie ähneln diesbezüglich den Deutschen. Hingegen sind die Amerikaner bei typischen Konsumgütern wie Coca-Cola oder im Servicebereich wie bei McDonald’s, Starbucks oder Marriott sehr stark. Wie gelingt es Starbucks, normalen Kaffee zum drei- oder vierfachen des Preises zu verkaufen, den lokale Coffee Shops verlangen? Das ist schon eine tolle Leistung, aber es ist eigentlich nicht das, was Deutsche gerne machen. Und ich glaube, es ist auch nicht die chinesische Art. Sondern wir lieben technische Produkte, gute Autos, hochentwickelte Chemikalien oder Bergbaumaschinen. Also, da passen China und Deutschland, so glaube ich, besser zusammen als Amerika und Deutschland. Und einen Beweis dafür liefern auch Fallstudien von Firmen, die von chinesischen Investoren aufgekauft wurden. Sie belegen, dass es nach der Übernahme hervorragend funktioniert. Wie machen die Chinesen das? Sie lassen die Deutschen weiter wirtschaften. Sie sagen nicht: „Jetzt zeigen wir den Deutschen mal, wo es langgeht.“ Sie nehmen nicht das Geld aus der Kasse, sondern führen sogar Wachstumskapital zu. Bei Amerikanern ist es in der Regel anders. Wenn der Übernehmer ein US-Konzern ist, pfropft er der übernommenen Firma sein System auf. Die Ersten, die erscheinen, sind die Controller und die Accountants. Dann heißt es: „Ab sofort wird das hier nach unserer Methode gemacht.“ Und dann werden auch Großzügigkeiten gegenüber Mitarbeitern abgeschafft und oft wird die Kultur des übernommenen Mittelständlers zerstört. Das zweite gilt stärker für Private Equity Investoren. Diese nehmen erstmal das Geld aus der Kasse und bürden den Firmen Schulden auf. Das habe ich zigmal gesehen. Das machen die Chinesen anders, wesentlich langfristiger und klüger. Das war jetzt keine genaue Antwort auf Ihre Frage, aber ein Punkt, den ich für wichtig halte in der deutsch-chinesischen Zusammenarbeit.

CIHD: Die chinesische Industrie versucht gerade ein Update zu vollziehen. China hat als Strategie „Made in China 2025“ und Deutschland hat „Industrie 4.0“ Was sind die größten Herausforderungen für die chinesische Industrie? Welche Vorschläge können Sie chinesischen Hidden Champions geben, die gerade versuchen, sich zu etablieren?

Prof. Simon: Es gibt mehrere Herausforderungen. Die eine Herausforderung besteht darin von dem traditionellen chinesischen Geschäftsmodell, das auf niedrigen Kosten und niedrigen Preisen basierte, zu einem Modell zu kommen, das dem deutschen ähnlicher ist, sprich höhere Qualität und höhere Preise beinhaltet. Ich habe in verschiedenen chinesischen Provinzen Unternehmen kennengelernt, die gescheitert sind, weil die Arbeitskosten hochgegangen sind, sie jedoch nicht in der Lagerwaren, entsprechend höhere Preise durchzusetzen. Die Repositionierung vom Billiganbieter zum Medium- bis Premiumanbieter ist eine große Herausforderung. Und dazu gehört auch ein Phänomen, bei dem China ganz am Anfang steht. Man muss starke Marken schaffen. Ich hatte eine große Diskussion mit einem chinesischen Autohersteller, der meinte:„Wir machen gute Qualität. Ich möchte eine globale Marke schaffen.“ Seine Autos sahen BMW sehr ähnlich. Ich sagte zu ihm: „Solange du BMW imitierst, wirst du keine globale Marke kreieren.“ Er entgegnete: „Aber BMW ist doch erfolgreich.“ Ich antwortete: „Du musst was Neues, etwas Originelles machen. Sonst bleibst du immer nur der Imitator.“Und in der Tat sind unter den Top 100 Marken der Welt nur zwei chinesische. Huawei ist Nr. 70 und Lenovo Nr. 100. Was ich allerdings bewundere ist, dass China diese Herausforderung erkannt und einen nationalen „China Brand Day“ ausgerufen hat. Dieser Tag war am 10. Mai 2018, und ich habe bei Konferenzen dazu in Shanghai, Ningbo und Jinan Vorträge gehalten. Das Interesse am Thema Marke ist in China enorm. Doch Markenschaffung erfordert Zeit und Geduld. Das sind nicht die größten Stärken der Chinesen.

Markenschaffung muss zudem mit Innovation einhergehen. Die Chinesen sind schon sehr gut, wie die Japaner das auch waren, be-

stehende Technologien zu verbessern und überholen die Europäer auf manchen Feldern, etwa bei Eisenbahnen. Aber was wir bisher in China kaum sehen, sind Durchbruchsinnovationen. Das fängt bei der Grundlagenforschung an. Nur 5,2% der chinesischen Forschungsausgaben entfallen auf Grundlagenforschung. Das ist definitiv zu wenig. Nobelpreise gehen nur äußerst selten nach China. Die werden vor allem von amerikanischen und westlichen Forschern gewonnen. Umgekehrt hat China die mit Abstand höchste Zahl an Forschern, es sind 5,35 Millionen. Wird es China gelingen – und das geht sogar über „Made in China 2025“ hinaus – wirklich in der Forschung kreativ zu sein und Durchbruchsinnovationen zu erreichen? China ist bei Artificial Intelligence und ähnlichen Technologien auf einem guten Weg, aber kreative Originalität bleibt eine sehr langfristige Herausforderung.

Fact Sheet
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hermann Simon

-Erster und einziger Deutscher in Thinkers 50, der Liste der weltweit einflussreichsten Managementdenker http://thinkers50.com/t50-ranking/

-Seit 2005 einflussreichster lebender Managementdenker im deutschsprachigen Raum http://managementdenker.de.www258.your-server.de/wp/

-Gründer, CEO (1995-2009) und heute Honorary Chairman von Simon-Kucher & Partners, Weltmarktführer in der Preisberatung, 1200 Mitarbeiter, 36 Büros in 24 Ländern. Umsatz 2017: 252 Mio. Euro.

-Professor an der Universität Bielefeld (1979-1989) und der Universität Mainz (1989-1995).

-Wissenschaftlicher Direktor des USW Universitätsseminars der Wirtschaft, Schloss Gracht/Köln (1985-1988, heute European School of Management and Technology)

-Gastprofessor in Harvard, Stanford, INSEAD, London Business School, Keio University Tokyo, Massachusetts Institute of Technology

-Honorarprofessor der University of International Business and Economics, Peking

-“Hermann Simon Business School” in Qingdao/China nach ihm benannt

-Drei Ehrendoktorate aus Deutschland, Polen und Slowenien

-Zahlreiche nationale und internationale Preise für sein Lebenswerk, Details in https://de.wikipedia.org/wiki/Hermann_Simon_(Manager).

-Autor oder Herausgeber von 40 Büchern, die in 26 Sprachen erschienen sind (insgesamt 155 Buchpublikationen/Varianten)

-Mehr als 25 Jahre Kolumnist des Manager-Magazins (1988-2015)

-Erfinder des „Hidden Champions“-Konzeptes (1991), heute 290.000 Google-Einträge, weltweit mehr als eine Million Hidden Champions Bücher verkauft.

-Weltweit gefragter Referent, Vorträge in mehr als 50 Ländern, allein in den letzten zwei Jahren 25 Vorträge in China.

-Erfahrung als Aufsichtsratsmitglied bei folgenden Firmen: Dürr, Kodak, Gerling-Konzern, Hermann Kolb Maschinenfabrik, Deutag

-Erfahrung als Mitglied in folgenden Stiftungskuratorien: Commerzbank-Stiftung, Dr. Hans Riegel-Stiftung, Curtius-Stiftung, Stiftung Stadt Wittlich (Vorsitzender)

-Erfahrung als Mitherausgeber folgender internationaler Zeitschriften: Management Science, International Journal of Research in Marketing, Recherche et Applications en Marketing, European Management Journal, Décisions Marketing, sowie mehrerer deutscher Zeitschriften.

-Präsident der European Marketing Academy (1984-1986)

-Mitinitiator der ersten an einer deutschen Börse notierten Special Purpose Acquisition Company (SPAC) Helikos S.E., die die Exceet Group S.E. erwarb, und des ersten deutschen Search Funds, der die Invers GmbH erwarb.

-Reserveoffizier der Luftwaffe (Jagdbombergeschwader 33)

-Simon blieb seiner Eifelheimat eng verbunden und hat dazu mehrere Bücher veröffentlicht (Die Gärten der verlorenen Erinnerung – Eifel unvergessen, 1. Auflage 2016, 3. Auflage 2018; Kinder der Eifel – Erfolgreich in der Welt, 2008; Kinder der Eifel – Aus anderer Zeit, Band 1, 2012; Kinder der Eifel – Aus anderer Zeit, Band 2, 2018).

Quelle: Simon-Kucher & Partners



Eckart Preen
Bild: Lichthalle Krefeld

Interview mit Eckart Preen Geschäftsführer WFG Wirtschaftsförderungs-gesellschaft Krefeld mbH

CIHD: Herr Preen, können Sie unseren Lesern kurz beschreiben, welche Kernaufgaben die WFG Wirtschaftsförderungsgesellschaft Krefeld mbH (WFG Krefeld) hat? Seit wann sind Sie Geschäftsführer der WFG Krefeld?

Preen: Die Wirtschaftsförderung besteht in Krefeld aus der WFG Wirtschaftsförderungsgesellschaft Krefeld mbH (Public Private Partnership mit der Stadt Krefeld als Mehrheitsgesellschafterin und 30 privaten Gesellschaftern / Aufgaben: Betreuung der ansässigen Unternehmen, Fördermittel- und Exisenzgründungsberatung, Standortmarketing) sowie der GGK Grundstücksgesellschaft der Stadt Krefeld mbH & Co. KG (100%-ige städtische Tochtergesellschaft / Aufgaben: Entwicklung und Vermarktung von Gewerbeflächen, Vermietung und Verpachtung, Ladenflächenmanagement). Ich bin seit 2007 Geschäftsführer beider Gesellschaften.

CIHD: Rund 57% der in Krefeld hergestellten Produkte werden in die ganze Welt exportiert. Das zeigt, dass Krefeld ein vielversprechender Industriestandort ist. Welchen Schwerpunkt hat Krefeld im Bereich Industrie?

Preen: Als „Stadt wie Samt und Seide“ hat Krefeld seine ökonomischen Wurzeln in der Textilwirtschaft, die auch heute noch in Form technischer Textilien sowie der Krawattenherstellung hier vertreten sind. Vorherrschend sind aber schon längst die Chemieindustrie, die Metallerzeugung und -verarbeitung, der Maschinenbau und Fahrzeugbau- letztgenannter mit Hochgeschwindigkeitszügen aus dem Hause Siemens.

CIHD: Wie viele chinesische Unternehmen haben bereits in Krefeld investiert und in welchen Bereichen? Können Sie uns kurz von der größten chinesischen Investition in Krefeld berichten?

Preen: Die wichtigsten chinesischen Unternehmen sind die Europazentrale des Baumaschinenherstellers XCMG im Europark Fichtenhain sowie der Textilmaschinenhersteller WUMAG Texroll in Krefeld-Linn. Daneben gibt es noch eine ganze Reihe kleinerer Unternehmen.



Standort von XCMG Europe im Europark Fichtenhain
Bild: Jürgen Brefort

CIHD: Was könnte Ihrer Meinung nach die Stadt Krefeld noch tun, um mehr Investoren anzuziehen?

Preen: Wir haben mit der Gründung eines China Desk bei der Wirtschaftsförderung mittlerweile sprachlich-kulturelle Kompetenzen im eigenen Haus und damit sicher eine wichtige Voraussetzung geschaffen. Zudem gibt es bereits eine chinesische Schule und die deutsch-chinesische Freundschaftsgesellschaft.

Zur Ansiedlung weiterer Unternehmen brauchen wir vor allem neue Gewerbeflächen, da wir momentan eine Firma wie XCMG mangels entsprechender Grundstücke nicht mehr ansiedeln könnten. Dies wird sich aber in Kürze dank entsprechender Erschließungsmaßnahmen in Krefeld-Fichtenhain ändern.



Rheinhafen Krefeld Bild: Jürgen Brefort

CIHD: Durch die aktuelle „One Belt One Road“ Initiative wachsen die Wirtschafts- und Handelsbeziehungen zwischen China und Deutschland noch enger zusammen. Welche neuen Entwicklungen sehen Sie in den Wirtschaftsbeziehungen zwischen Krefeld und China? Welche Ziele können kurz-, mittel- und langfristig erreicht werden?

Preen: Aus meiner Sicht profitiert Deutschland als größte Volkswirtschaft Europas derzeit in Bezug auf asiatische Investoren insgesamt von der Schwäche bzw. zurückgegangenen Attraktivität Großbritanniens (Brexit) und der USA (Trump-Effekt) – das hören wir momentan jedenfalls aus Gesprächen sowohl mit chinesischen ebenso wie indischen Geschäftsleuten.

Unsere Region profitiert zudem von der Neubelebung der alten Seidenstraße und den neuen Güterzug-Verbindungen. Dabei steht unsere Nachbarstadt Duisburg sicher besonders im Fokus, aber Krefeld ist ja nur einen Steinwurf entfernt und wurde zudem von Xi Jinping sogar im Rahmen der Eröffnung des G20-Gipfels in Hangzhou 2016 als Beispiel jahrhundertelanger Wirtschaftskontakte erwähnt.

Insofern muss es unser Ziel sein, der Ansiedlung von XCMG Europe aus 2013 in den nächsten Jahren noch etliche weitere große Ansiedlungen bzw. Investments aus China folgen zu lassen.

CIHD: Wenn Sie an Ihre Erfahrung mit chinesischen Investoren oder Führungspersonen denken, was unterscheidet in Ihren Augen die chinesischen von den deutschen Investoren? Haben Sie kulturelle Unterschiede wahrgenommen?

Preen: In Deutschland stehen vor allem langfristige Planung und ein schrittweises Vorgehen sowie Sicherheitsdenken und Risikovermeidung im Mittelpunkt, wobei dies über möglichst detailliert ausgearbeitete Verträge erreicht werden soll.

In China ist häufig ein sehr dynamisches und für uns manchmal etwas chaotisch anmutendes Vorgehen zu beobachten, bei dem zuweilen auch der dritte Schritt vor dem ersten gemacht wird. Dies wird aber durch viel Flexibilität zumeist kompensiert. Vertrauen setzt man eher in menschliche Beziehungen als in Verträge, weshalb man viel Zeit in den Aufbau derartiger Beziehungen investieren muss.

Das mag klischeehaft klingen, entspricht aber auch meinen eigenen Erfahrungen.

CIHD: Welche Elemente sind aus Ihrer Sicht entscheidend für eine enge chinesisch-deutsche Kooperation?

Preen: Wichtig ist vor allem ein echtes gegenseitiges Interesse, das auch Respekt und Kenntnis der Kultur und Geschichte des jeweils anderen Landes beinhaltet.

Zudem sollte es natürlich eine hinreichend große Schnittmenge der Vorstellungen geben, die echte Win-Win-Situationen ermöglicht.

CIHD: Wie Sie wissen hat der chinesische Industrie- und Handelsverband seine Kräfte für die Förderung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen eingesetzt. Haben Sie Anregungen, Kritik oder Kommentare bezüglich unserer zukünftigen Arbeit?

Preen: Es wäre schön, wenn die Arbeit des CIHD auch in mittelgroßen Städten noch sichtbarer würde, indem Veranstaltungen mehr in die Fläche getragen werden und nicht nur in den großen Metropolen stattfinden.

Wir in Krefeld freuen uns jedenfalls auf die weitere Zusammenarbeit!

Herr Preen, vielen Dank für das Interview!



Prof. Ulrike Reisach

Chinesische Investoren in Deutschland: Nachhaltigkeit steht im Vordergrund

Unternehmensübernahmen chinesischer Investoren in Deutschland werden von deutschen Medien, der Öffentlichkeit und Regierungskreisen häufig kritisch betrachtet. Die Realität in den übernommenen Firmen übertrifft die Erwartungen jedoch oft in positiver Weise. Wie das sein kann, erfahren wir im Interview mit Ulrike Reisach, Professorin für Interkulturelles Management und International Business Negotiations an der Hochschule Neu-Ulm.

Frau Prof. Reisach, worauf sollten deutsche Unternehmen bei der Auswahl des richtigen chinesischen Investors achten?

Prof. Reisach: Chinesische Investoren sind entweder Staatskonglomerate, Unternehmen mit gemischter Eigentümerstruktur oder Privatunternehmen. Sie unterscheiden sich durch den Grad der Aufsicht, durch den chinesischen Staat und in der Finanzierung.

Unseren Untersuchungen zufolge ist die politische Unterstützung des Investors von essentieller Bedeutung. Wie deutlich ist die Zustimmung von offizieller chinesischer Seite für das Investment? Ist die Investitionssumme so hoch, dass der Investitionsplan von staatlichen Stellen in China geprüft wurde? Ist der Investor in Branchen aktiv, die zu den geförderten Sektoren und Programmen Chinas zählen?

Darüber hinaus sollte das deutsche Unternehmen die betriebswirtschaftlichen Kompetenzen des Investors klären und sich unabhängige Berater hinzuziehen, die in der Branche seriös und im China-Geschäft erfahren sind.

Die wichtigsten Punkte unterscheiden sich jedoch nicht von Investoren aus anderen Ländern: Deuten die Investitionsvolumina und -pläne auf eine realistische und nachhaltige Geschäftsstrategie hin? Wie transparent ist die Finanzberichterstattung des Investors?

Haben chinesische Investoren denn eher ein kurzfristiges oder eher ein langfristiges Interesse an den übernommenen Unternehmen und woran ist dies erkennbar?

Prof. Reisach: Unsere Studien haben ergeben, dass chinesische Investitionen meist langfristig orientiert sind. Investiert wird nicht nur in Forschung und Entwicklung, sondern auch in neue Produktionsanlagen und Werke. Oft handelt es sich um Investitionen, die der frühere Eigentümer zuvor immer wieder aufgeschoben hatte. Für solide chinesische Investoren hat die nachhaltige Entwicklung Vorrang – egal ob Staatskonzern oder große Privatunternehmen. Allerdings gibt es auch in China – wie in anderen Ländern – Investoren, die von eigennützigen Motiven geleitet werden, zum Beispiel die Verbesserung von Image und angeschlagener Kreditwürdigkeit durch Auslandsinvestments oder den Wunsch, Geld ins Ausland zu transferieren. Dies hat die chinesische Regierung inzwischen erschwert. Meist handelt es sich um kleinere Investoren, deren Reputation auch in China zweifelhaft und deren Webseiten und Finanzierung intransparent sind. Empfehlenswert ist daher immer eine gründliche betriebswirtschaftliche und personenbezogene Analyse in China und in Europa.

Wie wirkt sich die Übernahme deutscher Unternehmen durch chinesische Inves-

toren auf die Mitbestimmungskultur und die Tarifstandards deutscher Unternehmen aus?

Prof. Reisach: Beides bleibt nach Einstieg chinesischer Investoren häufig unverändert und wird als Bestandteil des institutionellen Arrangements, das zur Investition gehört, betrachtet. Manche Investoren sehen in der deutschen Mitbestimmung auch einen Garanten für die deutsche Qualitätsproduktion. Bei Unternehmen mit mitbestimmenden Aufsichtsräten entsenden chinesische Investoren ihre Vertreter in die Aufsichtsräte. Manchmal gibt es dort Sprach- und Verständigungsprobleme oder die Repräsentanten aus China wechseln, was die Arbeit im Aufsichtsrat und den Aufbau persönlicher Kontakte erschwert. Für die Vertreter der chinesischen Seite im deutschen Unternehmen hat die Gewerkschaft jedoch häufig einen höheren Stellenwert als unter den vorherigen Eigentümern.

Was die Tarifbindung betrifft, so gibt es unter chinesischen Investoren in Einzelfällen Abstriche von den Standards des Flächentarifs, allerdings sind diese meist in Unternehmenskrisen wie einer drohenden Insolvenz oder wegen anhaltenden Auftragsmangels vor dem Einstieg der Investoren vereinbart worden. Bemerkenswert ist, dass die chinesischen Investoren bei akuten wirtschaftlichen Schwierigkeiten des Unternehmens auch Durststrecken akzeptieren und nicht gleich Personalanpassungen entsprechend den reduzierten Umsätzen fordern. Dennoch werden auch kostenorientierte Entscheidungen getroffen, zum Beispiel der Aufbau neuer Fertigungen in Niedriglohnländern wie Osteuropa und Mittel- oder Südeuropa.

Wie wirkt sich der Einstieg von chinesischen Investoren auf den langfristigen Erfolg der Unternehmen aus? Sind Muster erkennbar?

Prof. Reisach: Untersuchungen haben gezeigt, dass Firmen, deren Management überwiegend in bewährten deutschen Händen liegt, mehrere Jahre nach der Übernahme steigende Umsätze und Erträge erwirtschaften. In Deutschland tätigen sie Investitionen, die lange fällig waren, die Produktion wird gesteigert und modernisiert. In China steigt der Umsatz, weil die Muttergesellschaft den Zugang zum chinesischen Markt erleichtert. Oft wird der bereits vor der Übernahme vorhandene Stützpunkt in China ausgebaut. Manche gründen oder übernehmen mit chinesischen Investitionsgeldern neue Standorte in China, Osteuropa oder Mittel- und Südamerika. Offenbar werden chinesisch investierte Unternehmen betriebswirtschaftlich ähnlich geführt, wie es unter anderen auch bei industriellen Investoren der Fall ist. Positive Beispiele aus den vergangenen Jahren gibt es viele, ob Saargummi, KraussMaffei oder Kuka.

Ein Beispiel für einen chinesischen Privatinvestor mit mehrfachen Investitionen in Deutschland ist das der in Shanghai börsennotierten Joyson Electronic Corp aus Ningbo, Zhejiang. Sie übernahm im Jahr 2011 die Mehrheit am deutschen Automobilzulieferer Preh GmbH in Neustadt an der Saale, errichtete eine neue Fertigungshalle und investierte elf Millionen Euro in den Bau eines neuen Forschungszentrums in Bad Neustadt. Im Jahr 2015 übernahm Preh die IMA Automation Amberg GmbH und im Jahr 2015 kaufte Joyson den deutschen Zulieferer und Lenkradhersteller Quin GmbH aus Rutesheim sowie 2016 TechniSat Automotive (jetzt Preh Car Connect). Die deutschen Gesellschaften wurden 2017 in der PIA Automation Holding GmbH zusammengefasst.

Sind von Chinesen übernommene Unternehmen in Deutschland zukunftsfähig? Wenn ja, warum?

Prof. Reisach: Wichtig für den Standort Deutschland ist, ob das Unternehmen hier weiter in Forschung und Entwicklung investiert und in Deutschland weiter Wissen aufbaut. Unsere Studien haben gezeigt, dass chinesische Investoren keinesfalls die Entwicklungsbudgets kürzen, sondern in den Aufbau von Wissen in Deutschland – oft mehr als die alten Eigentümer – investieren.In vereinzelten Fällen, bei denen der Wissenstransfer nach China – etwa durch die Weitergabe von Konstruktionsplänen, die Übertragung von Patenten an die chinesische Muttergesellschaft oder den Ausbau des chinesischen Stützpunktes – im Vordergrund standen, konnte das Unternehmen in Deutschland mittelfristig nicht fortbestehen. Davon betroffen waren jedoch vor allem kleinere Unternehmen, die bereits kurz vor der Pleite standen. Sie konnten durch die Übernahme durch chinesische Investoren wenigstens noch eine Weile die Beschäftigung sichern.

Ein guter Indikator ist die Rückendeckung des Investors durch den chinesischen Staat. Ist diese uneingeschränkt gegeben, dann haben die in Deutschland übernommenen Unternehmen eine gute Perspektive.

Quelle: german.china.org.cn



Dr. Klaus van Marwyk

Digitalisierung: China macht es anders

Chinesische Hafenbetreiber schwimmen einfach im allgemeinen Strom mit. Europäische Betreibergesellschaften laufen unter dessen Gefahr, mit ihren vielen unterschiedlichen isolierten Innovationen vom Kurs abzukommen.

Technologien wie teilautomatisierte Kransysteme oder fahrerlose Transportfahrzeuge (AutomatedGuidedVehicles, AGVs) gehören in großen europäischen und chinesischen Häfen zum Alltag. Mit Blick auf weiterführende Digitalisierung und Konnektivität gehen die beiden Gruppen aber unterschiedliche Wege: Während europäische Häfen mit Innovationen voranpreschen, halten sich ihre chinesischen Pendants eher zurück. Das erklärt sich durch unterschiedliche Marktpositionen und Strategien.

In Europa ist Innovation das Alleinstellungsmerkmal: Beim Einsatz neuer Hafentechnologien nimmt der Kontinent schon immer eine Führungsrolle ein, nicht erst seit 1993 in Rotterdam das weltweit erste vollautomatische Hafenterminal in Betrieb ging. Aktuell verfolgen europäische Häfen Ziele, die weit über Automatisierung hinausgehen. Die Vernetzung einzelner Spieler und technologischer Komponenten über das Internet der Dinge (Internet of Things, IoT) soll sowohl operative als auch Entscheidungsprozesse verbessern. Beispiele hierfür sind die geplanten IoT-Plattformen in Rotterdam und Barcelona.

Dass Europas Häfen in puncto Konnektivität und Integration eine führende Rolle anstreben, hat nicht nur operative Gründe. Sie müssen sich vor allem innerhalb der Nordrange voneinander abgrenzen sowie von alternativen Schifffahrtsrouten und von anderen Verkehrsträgern.

China definiert Standards

Auch in China wird die Automatisierung und Digitalisierung von Häfen vorangetrieben. Das zeigt unter anderem der Tiefwasserhafen Yangshan südlich von Shanghai mit dem weltgrößten automatisierten Containerterminal (Jahresumschlag 2017: 4 Mio.Teu). Hier soll künftig unter anderem die weltgrößte Flotte an AGVs zum Einsatz kommen. Darüber hinaus wird in Shanghai auf Technologien Made in China gesetzt. Zum Beispiel entwickelte ein Team der Shanghai International Port Group für das Terminal ein Produktionsmanagement- und –steuerungssystem und definierte zwölf Standards, die landesweit zum Maßstab für die Hafenautomatisierung werden dürften.

Ein weiteres Beispiel ist Ningbo, wo derzeit die Infra- und Suprastruktur auf den neuesten Stand gebracht werden, um einen halbautomatisierten Betrieb zu ermöglichen. Zudem werden in Ningbo digitale Integrationsansätze forciert, zum Beispiel eine sogenannte „One-Stop“-E-Commerce-Plattform. Diese führt Geschäfts- und Logistikinformationen aus zahlreichen bestehenden Plattformen zusammen und soll als Zugangspunkt für die Akteure im Hafen Ningbo fungieren. Ziel ist, den physischen Warenfluss zu unterstützen, indem relevante Transaktions- und Finanzinformationen bereitgestellt werden.

Auch im südchinesischen Hafen von Shenzhen ließ sich durch gezielte Automatisierung die Produktivität des größten Containerterminals starker höhen. Bis zu acht Kaikräne können parallel für die Be- und Entladung

von Containerschiffen eingesetzt werden. Ein Kran erreicht dabei etwa 35 Bewegungen pro Stunde. In Hongkong versprechen sich die Betreiber des Containerterminals durch eine automatisierte Boxenstapelung bis zu 40 Prozent mehr Effizienz.

Verglichen mit digitalen Vorreitern in Europa geht China jedoch weitaus bedachter vor. Hafenbetreiber im Reich der Mitte fokussieren sich hauptsächlich auf ausgereifte Technologien für die Automatisierung und Effizienzsteigerung. Die Gründe hierfür reichen von niedrigeren Personalkosten und weniger strengen Umweltauflagen bis hin zur vergleichsweise komfortablen Marktposition der Häfen, die sich daraus ergibt, dass China der Ausgangspunkt vieler Warenströme ist.

Ziel: Handelsströme kontrollieren

Darüber hinaus verfolgen Regierung und Industrie eine Strategie, die auf eine durchgängige Kontrolle von Handelsströmen abzielt. Chinesische Unternehmen investieren in großem Maße in Häfen und Terminals, die entlang der Maritimen Seidenstraße des 21. Jahrhunderts liegen. China Merchants und Cosco Shipping betreiben 29 Häfen und 47 Terminals in 15 Ländern entlang der Route und forcieren das Wachstum dieser Anlagen.So konnte Cosco Shipping den Containerumschlag im griechischen Hafen von Piräus zwischen 2009 und 2016 verdoppeln. Auch in die begleitende Infrastruktur wie Schienen und Straßenanbindungen fließen enorme Summen aus China.

Mit ihrer Herangehensweise bringen sich chinesische Hafen- und Terminalbetreiber in eine gute Ausgangsposition, um die gesamte Supply Chain mit einem standardisierten System für Integration und Datenaustausch zu digitalisieren. Dagegen besteht die größte Herausforderung im europäischen Ansatz darin, mit den Aktivitäten eine kritische Masse zu erreichen. Solange einzelne Akteure isolierte Lösungen entwickeln, ist der Nutzen für das Gesamtsystem begrenzt. Der wahre Mehrwert der Digitalisierung erschließt sich erst,wenn eine große Anzahl an Akteuren entlang der Lieferkette kooperiert,um eine bessere Transparenz und Kontrolle zu erhalten.

Europäer in Kolumbus Fußstapfen

Bildhaft gesprochen, stechen die europäischen Hafengesellschaften wie einst Kolumbus in See, um neue Welten zu erobern. Diese Vorgehensweise birgt das Risiko, vom Kurs abzukommen oder Zeit und Kapital in die falsche, letztlich nicht erfolgreiche Technologie zu investieren. Chinesische Hafenbetreiber schwimmen dagegen mehr mit dem allgemeinen Strom der Digitalisierung. Sie wenden bewährte Technologien bereitwillig an, investieren aber sehr besonnen.

Die Herausforderung für europäische Häfen und Logistiker besteht darin, ihre vielen isolierten Initiativen zusammenzuführen und eine kritische Masse zu erreichen, um die Supply Chain insgesamt zu optimieren. Darüber hinaus bleibt abzuwarten, ob der IoT-Ansatz tatsächlich revolutionäre Innovationen oder lediglich interessante Nischenprodukte hervorbringt.

Autoren: Klaus van Marwyk (Düsseldorf), Sascha Treppte (Berlin) und Zhanfu Yu Peking) beraten bei Roland Berger unter anderem Hafenbetreiber

Erstveröffentlichung im Themenheft China 2018 der Deutschen Verkehrszeitung www.dvz.de.

Quelle: Roland Berger GmbH

Ein Blick auf den weltgrößten automatisierten Hafen in Shanghai (Foto: Ding Ting/ Xinhua)





Nachrichten aus China

Chinas 40-jähriger Aufschwung überstrahlt die globale Konkurrenz

Chinas Reform- und Öffnungspolitik hat das Schicksal des Sozialismus verändert und es dem Land ermöglicht, sich von seiner Armut und Schwäche zu verabschieden und als großes Land historischen Ruhm und Vertrauen zurückzugewinnen. Dies berichtete CNTV News App Ende Juni.

Eine Windkraftanlage in der autonomen uigurischen Region Xinjiang erzeugt Strom.

Zwischen 1978 und 2016 betrug das jährliche BIP-Wachstum in China durchschnittlich 9,7 Prozent. Damit wuchs das Land schneller als jedes andere im gleichen Zeitraum, in dem die Vereinigten Staaten eine jährliche Wachstumsrate von 2,7 Prozent erreichten, gefolgt von Kanada (+2,5%), Großbritannien (+2,3%) und Japan (+2,2%).

Selbst innerhalb des BRICS-Blocks war Chinas Wirtschaftsleistung hervorragend, da Chinas BIP von 12 Billionen Dollar im Jahr 2017 fast doppelt so hoch war wie das Gesamtvolumen von Brasilien (2,5 Bio. USD), Russland (1,5 Bio. USD), Indien (2,6 Bio. USD) und Südafrika (0,35 Bio. USD) zusammengenommen.

Das Wirtschaftsvolumen Chinas rangiert heute weltweit an zweiter Stelle. 1970 kam China nur auf Platz acht.

Im Jahr 1980 betrug das BIP Chinas nur 10,7 Prozent des BIPs der Vereinigten Staaten, etwa 35,9 Prozent des BIPs Deutschlands, gefolgt vom Vereinigten Königreich (50,5%) und Frankreich (43,3%). Im Jahr 2017 lag das BIP Chinas jedoch beim 3,3-fachen des deutschen, dem 4,6-fachen des britischen und dem 3,7-fachen des französischen BIPs.

In Ostasien erreichte das BIP Chinas 1980 nur 28,1 Prozent des BIP Japans, doch schon 2010 lag es leicht über dem Japans. 2017 erreichte das BIP Chinas das 2,47-fache Japans.

Chinas Veränderungen haben auch die Weltwirtschaftsstruktur verändert, denn 1980 entfielen 34,1 Prozent der Weltwirtschaft auf die Europäische Union, 25,7 Prozent auf die USA und 15,8 Prozent auf Ostasien, 2017 jedoch 27,3 Prozent auf Ostasien (+11,5%), 24,3 Prozent auf die USA (-1,4%) und 21,7 Prozent auf die EU (-12,4%).

China hat einen großen Beitrag zu einem ausgewogeneren Handelssystem geleistet, da der Beitritt des Landes zur WTO den Entwicklungsländern mehr Vorteile bei den Verhandlungen verschafft hat.

Durch sein schnelles Wachstum seit der Reform und Öffnung ist China für andere Entwicklungsländer zu einem guten Vorbild geworden.

Die Entwicklung Chinas hat auch 700 Millionen Menschen des Landes aus der Armut befreit– ein weiterer großer Beitrag für die Welt.

Nach Angaben des Internationalen Währungsfonds erreichte Chinas Pro-Kopf-BIP im Jahr 2016 genau 8.116 Dollar und lag damit weltweit auf Platz 70, nahe bei dem

Russlands(8.900 USD) und Brasiliens (8.700 USD), jedoch deutlich über dem Südafrikas (5.316 USD) und Indiens (1.749 USD).

Allerdings war das Pro-Kopf-BIP der USA mit 57.000 Dollar fast siebenmal so hoch wie das Chinas im selben Jahr.

Das Pro-Kopf-BIP Chinas lag 2017 auf Platz 61 und stieg damit um 65 Plätze gegenüber dem Jahr 1980, als selbst das Pro-Kopf-BIP Vietnams viel höher war als das Chinas.

Im gleichen Zeitraum stieg Südkorea um 36 Plätze, gefolgt von Singapur (+27), Indien (+27) und Brasilien (+22).

Im Jahr 1980 hatte das Pro-Kopf-BIP Chinas mit 309,3 Dollar noch nahe bei dem Indiens (276,4 USD) gelegen. Im Jahr 2017 betrug das Pro-Kopf-BIP Chinas mit 1.982,7 US-Dollar jedoch schon das 4,35-fache des indischen Wertes.

China reduziert den Mindestreservesatz um 50 Basispunkte



Die Zentralbank kündigte vor kurzem die Senkung des Mindestreservesatzes für einige Banken ab 5. Juli an.

Die Zentralbank will den Mindestreservesatz reduzieren, um damit den Banken zu helfen, qualifizierte Programme für Gläubigerbeteiligungen aufzulegen und die Finanzierung von Kleinunternehmen zu fördern.

Nach Angaben der Zentralbank handelt es sich bei diesem Schritt um die Umsetzung eines Beschlusses des Staatsrates vom 20. Juni. Auf seiner jüngsten Sitzung hatte der Staatsrat eine Herabsetzung des Mindestreservesatzes als finanzpolitisches Instrument beschlossen, um die Versorgung von Klein- und Kleinstbetrieben mit Krediten sicherzustellen.

Damit würden rund 700 Milliarden Yuan (ca. 108 Mrd. US-Dollar) bereitgestellt, wovon 200 Milliarden Yuan Klein- und Kleinstbetrieben als Kredite zur Verfügung gestellt werden sollen.

Die Zentralbank wolle weiterhin eine Geldpolitik betreiben, die einen förderlichen Rahmen für das hochqualitative Wirtschaftswachstum und für angebotsorientierte Reformen bietet.

Zuletzt war der Mindestreservesatz am 25. April um einen Prozentpunkt abgesenkt worden, um so Kleinunternehmen und die allgemeine Liquidität und Stabilität der Wirtschaft zu fördern.

Chinas Handelsministerium kritisiert wechselhafte Stellung der USA

Bezüglich des Handelsstreits haben China und die USA bei mehreren Verhandlungsrunden zwar Übereinkünfte erzielt, aber die US-Seite zeigt sich wechselhaft und weiche vom gemeinsamen Konsens ab. Dies sagte der Sprecher des chinesischen Handelsministeriums, Gao Feng, vor kurzem in Beijing. Sollten die USA ihre Pläne umsetzen, bleibe China keine andere Wahl, als entsprechende Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Gao fügte hinzu, Chinas Antwort auf die angekündigten US-Strafzölle bestehe darin, die Interessen des Landes und seiner Bürger zu wahren und zu schützen. Die Maßnahmen der Volksrepublik würden denen der USA in "Qualität und Quantität" entsprechen, so der Sprecher des chinesischen Handelsministeriums weiter.

Gao fuhr fort, die US-Regierung habe in ihrer Erklärung gedroht, eine weitere Liste mit Waren aus China im Wert von 200 Milliarden US-Dollar auszuarbeiten, die sie mit Zöllen belegen wolle. Dies sei Erpressung unter Vorwänden des sogenannten Handelsprotektionismus und habe die internationale Gemeinschaft sehr enttäuscht. Auch die inländische Öffentlichkeit der USA zeige sich besorgt über die Unilateralität der US-Regierung. Immer mehr Amerikaner sprechen sich gegen die US-Strafzölle aus. Unabhängig von der wechselhaften Stellung der US-Regierung werde China darauf ruhig und gelassen reagieren, so Gao Feng.

Unternehmen in der EU zeigen anhaltendes Vertrauen in China

Unternehmen in der EU erzielten im Jahr 2017 in China sehr gute finanzielle Ergebnisse, wodurch China in Bezug auf aktuelle und zukünftige Investitionen unter den führenden

drei Ländern blieb. Dies geht aus der Geschäftsklimaindex-Umfrage 2018 hervor, welche die EU-Handelskammer in China zusammen mit der Unternehmensberatung Roland Berger vor kurzem lancierten.

Trotz des verschärften Wettbewerbs und anderer Herausforderungen wie steigende Arbeits- und Lebenshaltungskosten haben sich 66 Prozent der rund 500 befragten Unternehmen im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr verbessert. Dies ist auf robuste Umsätze in den Branchen Medizinprodukte und Pharmazeutika sowie in der Automobilindustrie zurückzuführen.

In diesem Jahr erzielte der höchste Prozentsatz von Unternehmen seit dem Jahr 2005 ein positives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT). Branchen wie Automobil, Transport, Logistik und Vertrieb, Chemie und Erdöl entwickelten sich besonders positiv.

Weil China sich auf fortschrittliche Fertigung konzentriert, werden Länder wie Malaysia, Indien, Thailand, Indonesien und Vietnam zu immer attraktiveren Zielen für Niedrigkostenbetriebe.

Im Allgemeinen bleiben die europäischen Unternehmen jedoch weiterhin China verpflichtet. China gehört für 59 Prozent der Mitgliedsunternehmen zu den führenden drei Standorten für gegenwärtige und zukünftige Investitionen.

Die diesjährige Umfrage unterstreicht auch die wachsende Wettbewerbsfähigkeit lokaler Unternehmen. Zum ersten Mal gaben mehr als die Hälfte der Befragten an, chinesische Unternehmen seien genauso oder sogar innovativer als europäische Firmen.

Weil das inländische Umfeld stärker auf Innovation ausgerichtet ist, haben sich auch die allgemeinen Bestimmungen für Forschung und Entwicklung verbessert. Im Vergleich zu 2016 schätzen europäische Unternehmen das Forschungs- und Entwicklungsumfeld in China jetzt doppelt so hoch ein wie im weltweiten Durchschnitt.

Nationale Importe nehmen stetig zu

Laut einer Expertenprognose wird Chinas internationaler Handel auch im nächsten Halbjahr robust bleiben. Die anhaltenden Anstrengungen des Landes zur Steigerung seiner Importe werden die Binnennachfrage befriedigen und die Weltwirtschaft weiterhin stützen.

"Das Außenhandelsvolumen des Landes hat stetig zugenommen und sieht sich neuen Chancen gegenüber. In der zweiten Jahreshälfte wird ein solides Wachstum des Handels erwartet", sagte Liang Ming, Direktor des Instituts für internationalen Handel an der Chinesischen Akademiefür Internationalen Handel und Wirtschaftskooperation.

"Verstärkte Anstrengungen sind unerlässlich, um Handel und Investitionen weiter zu liberalisieren und zu erleichtern sowie das multilaterale Handelssystem aufrechtzuerhalten", sagte Liang. "Während die Exporte stabilisiert werden, müssen wir die Importe erhöhen. (...) Der Außenhandel kann sich ausgewogen entwickeln."



Ein Exportschiff wartet darauf, den Hafen von Lianyungang in der Provinz Jiangsu zu verlassen.

Offizielle Daten zeigen, dass der internationale Handel des Landes im laufenden Jahr kontinuierlich gewachsen ist. In den ersten fünf Monaten des Jahres 2018 stieg der Warenverkehr gegenüber dem Vorjahr um 8,8 Prozent auf 11,63 Billionen Yuan, so die Daten der Allgemeinen Zollverwaltung.

Die Importe wuchsen zwischen Januar und Mai schneller als die Exporte, was zu einem Handelsüberschuss von 649,8 Milliarden Yuan führte, der sich gegenüber dem Vorjahr um 31 Prozent verringerte, wie die Daten zeigen.

"Das robuste Handelswachstum ist auf viele Faktoren zurückzuführen", sagte Liang und verwies auf die stetige Erholung der Weltwirtschaft, das spürbare starke Wachstum des internationalen Handels und die anhaltende Binnennachfrage.

Ein im Mai veröffentlichter Bericht des Handelsministeriums prognostizierte ebenfalls einen Aufwärtstrend im Handel. Der Bericht prognostizierte weiter, dass das gesamte Handelsvolumen Chinas nach einem guten Start das ganze Jahr über robust bleiben werde.

Lokale Funktionäre sollen mehr Verantwortung übernehmen

China fordert von führenden Partei- und Regierungsmitgliedern auf der Kreis-, Stadt- und Provinzebene mehr Engagement beim Umweltschutz. Diese sollen künftig zuerst verantwortlich gemacht werden, wenn sie die Vorgaben zum Umweltschutz nicht einhalten, wie aus Chinas neuester Richtlinie zum Kampf gegen Umweltverschmutzung hervorgeht.

Die gemeinsam von der zentralen Führung und dem Staatsrat veröffentlichte Direktive gibt klare und detaillierte Ziele bei der Bekämpfung von Luft-, Wasser- und Landverschmutzung vor. Damit sollen die Sorgen adressiert werden, die die Bevölkerung am meisten betreffen, sagte Xu Biwen, ein Beamter beim Büro für Umweltüberwachung, das zum Chinesischen Ministerium für Ökologie und Umwelt gehört.

China strebt eine allgemeine Verbesserung der Umweltsituation im Land an und will Schadstoffemissionen bis zum Jahr 2020 deutlich reduzieren. Im Jahr 2035 sollen der Lebensstil und die Industriestruktur im Land deutlich umweltfreundlicher gestaltet sein. Der Anteil der Tage im Jahr, an denen die Luftqualität als gut bewertet wird, soll dann 80 Prozent erreichen.

Die Emissionen von Schwefeldioxid und Stickoxiden soll im Vergleich zum Jahr 2015 um mindestens 15 Prozent sinken. 70 Prozent des Oberflächenwassers soll den Kategorien I bis III entsprechen, den drei besten Stufen in Chinas fünfstufigem System zur Bewertung der Wasserqualität. Bis dahin müssten auch 90 Prozent der verschmutzten landwirtschaftlichen Böden dekontaminiert sein.

Chinesische Unternehmen fallen mit Sponsoring bei der WM 2018 auf

Die chinesische Nationalmannschaft mag bei der Weltmeisterschaft 2018 nicht mit dabei sein – doch davon lassen sich die chinesischen Fußballfans nicht abschrecken. Vor vier Jahren wurden in Brasilien nur 7.400 WM-Tickets an chinesische Fans verkauft. Diesmal sind es über 40.000 Tickets.

Aber nicht nur im Ticketverkauf ist die Präsenz Chinas spürbar. Sieben der neunzehn großen FIFA-Unternehmenssponsoren bei der WM sind in diesem Jahr chinesische Firmen. Der Top-Fernsehproduzent Hisense, der Smartphone-Hersteller Vivo und der chinesische Immobilien- und Freizeitkonzern Wanda Group sind an den Austragungsorten der Weltmeisterschaft präsent. Die FIFA sagt, der Trend spiegele lediglich den sich wandelnden globalen Markt wider.

"Die Unternehmen konzentrierten sich zunächst auf den heimischen Markt. Aber inzwischen sind an dem Punkt angelangt, wo sie den Binnenmarkt kontrollieren und ins Ausland gehen wollen. Und es gab eine natürliche Übereinstimmung mit dem größten Sport der Welt– er hat sozusagen einen globalen Fußabdruck. Und es war ein einfacher, naheliegender für sie, mit dem beliebtesten Sport der Welt ins Ausland zu gehen", sagte Philippe Le Floc'h, Chief Commercial Officer der FIFA.

Fußballsponsoring hat seinen Preis, jeder Sponsorenvertrag ist Hunderte von Millionen Dollar wert.

Auch die russische Lokomotive Moskau hat einen Sponsorvertrag mit Vivo. Der kaufmännische Direktor des Clubs, Igor Smirnov glaubt, dass die Beziehung für beide Seiten von Vorteil ist. "Es gibt nichts Passenderes als die Tatsache, dass Unternehmen, die mit ihren Produkten Kunden auf der ganzen Welt erreichen wollen, den Fußball mit seiner Massenwirkung als eine der beliebtesten Sportarten weltweit wählen."

Im Jahr 2015 wurde die FIFA von einem Korruptionsskandal heimgesucht und Dutzende von Fußballfunktionären verhaftet oder sogar ganz vom Fußballgeschäft ausgeschlossen. Dies führte auch dazu, dass eine Reihe von Unternehmen sich weigerte, ihre Sponsoringverträge zu erneuern. Diese Weigerung öffnete jedoch anderen Unternehmen die Tür, die diese Lücke gut und gerne schließen konnten.

"China ist ein großes Land. Es ist ein Sportland", sagt Le Floc'h. "Ich denke, die Ausrichtung einer Weltmeisterschaft ist für China ein offensichtlicher Schritt. Die FIFA will aus vielen Gründen in die großen Länder gehen, es geht um die Förderung, es geht um die Entwicklung. Wenn man sehen will, wie sich das Spiel entwickelt, dann ist China ein offensichtlicher Markt, der nur darauf wartet, erschlossen zu werden."

Quelle: german.china.org.cn

Fragen an Frank Huster von Global Connect Admin B.V.



Was war Ihr erster Kontakt mit China?

Vor zehn Jahren reiste ich geschäftlich in die schöne, chinesische Region Ürümqi.

Was verbinden Sie besonders mit China?

Effiziente Lösungen, wie die schnellen Transportlinien.

Was ist Ihr Motto im Geschäft?

Eine positive Einstellung fördert das Geschäft und generiert Mehrwert für meine Partner und Klienten.

Welche Stärken hat China Ihres Erachtens?

Hochgebildete junge Menschen.

Welches sind für Sie die wichtigsten Unternehmereigenschaften?

Absicherung und Verantwortung.

Was ist Ihre Lieblingstätigkeit, wenn Sie nicht im Dienst sind?

Zeit mit guten Freunden oder in der Natur zu verbringen.

Welcher Film hat Sie zuletzt beeindruckt?

Ich habe wenig Zeit, um Filme zu schauen. „Untouchables“ war ein beeindruckender Film.

Welchen Traum würden Sie gerne realisieren?

Einer der Top-10 meiner Branche zu sein.

Was sind Ihre prägenden Eigenschaften?

Konservativ, sorgfältig und vertrauenswürdig.

Ihre Schwächen?

Perfektionistisch und anspruchsvoll.

Welche Eigenschaften schätzen Sie am meisten an Ihren Mitmenschen?

Aufgeschlossenheit und Verantwortung.

Wer ist Ihr Vorbild?

Stephen Hawking.

Welche Sofortmaßnahmen würden Sie umsetzen, wenn Sie deutscher Kanzler wären?

Ich würde mich für die Digitalisierung in Deutschland einsetzen und sehe China dabei als Best-Practice-Beispiel.

Kontakt:

Frank Huster
Global Connect Admin B.V.
Kabelweg 37
1014 BA Amsterdam

Telefon: +31(0)20 76 01 540
Email: info@globalconnectadmin.com

Chinesisch lernen
Lektion 55

客 户

(ke hu)

Kunde

Global Connect Admin B.V. —— Experte in grenzüberschreitenden Transaktionen

Global Connect Admin B.V. (GCA) ist Ihr kompetenter Partner in Fragen der internationalen Unternehmensverwaltung, des Finanzmanagements, der Buchführung und Bilanzierung. Als erfahrener Management-Dienstleister bieten wir unseren Kunden ein umfassendes Servicepaket: Darin richten wir uns nach den Wünschen des Kunden und setzen auf eine langfristige Zusammenarbeit.

Mit Sitz in den Niederlanden ist GCA in einem der größten Handelsländer der Welt zu Hause. Profitieren auch Sie von dieser offenen Handelskultur: Die Niederlande bieten ausländischen Unternehmen optimale Steuerbedingungen und haben Steuerabkommen mit mehr als 80 Ländern.

Unsere Stärke liegt in unserem exzellenten internationalen Netzwerk. Wir bieten unseren Kunden einen One-Stop-Service in Zusammenarbeit mit angesehenen Anwälten und Wirtschaftsprüfern. So stellen wir sicher, dass Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Individuell, effizient, international

Im Rahmen unseres ‚OneStop Shoppings' bieten wir eine Vielzahl von Dienstleistungen an: Wir bieten sowohl ein umfassendes Komplettpaket, als auch ein spezifisches Angebot von einzelnen Leistungen. Wir verstehen, dass abhängig vom Unternehmen unterschiedlich umfangreiche Dienstleistungen gewünscht sind und wir sind flexibel genug, um diese anzubieten.

Da wir mit einem internationalen Netzwerk von Experten arbeiten, ist GCA häufig schneller und effizienter als viele große Firmen und Trusts. Unsere Kommunikationslinien sind kurz und somit tauschen wir Informationen schneller aus. Der persönliche Kontakt zum Kunden ist uns wichtig, denn dadurch realisieren wir die gesetzten Ziele effizienter.

GCA ist ein Experte in grenzüberschreitenden Transaktionen und hat lokale Expertise in zahlreichen Ländern weltweit. Wir unterhalten enge Beziehungen zu internationalen Partnern, die unsere umfassende Kenntnis ergänzen.

Die Vision von GCA

Das Kernteam von GCA arbeitet seit zehn Jahren zusammen. Daraus haben wir unsere Vision entwickelt, was international handelnden Unternehmen zu Gute kommt. Hieraus ist vor 2,5 Jahren GCA entstanden.

Die Vision, die zur Gründung von GCA geführt hat, ist, viele Jahre der professionellen Erfahrung mit einem internationalen Netzwerk zu verbinden.

Unsere Kunden

Zu unseren Kunden gehören internationale Konzerne ebenso wie mittelständische Familienunternehmen mit internationaler Ausrichtung. Wir beraten Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen wie der Mineralölbranche, der Telekommunikation oder der Bergbauindustrie. Hierdurch sind wir mit den

besonderen Anforderungen der verschiedensten Wirtschaftszweige an die optimale Standortwahl vertraut. Wir sind da aktiv, wo unsere Kunden es werden wollen. Einige unserer Services im Überblick:

Die komplette Abwicklung der Unternehmensverwaltung

Wir prüfen die Übereinstimmung Ihrer Firmenunterlagen mit den jeweiligen nationalen Vorgaben und beraten Sie zur Umsatzsteuer und Intrastat. GCA übernimmt die Korrespondenz mit den örtlichen Behörden und die Verwaltung Ihrer firmeneigenen Bankkonten, inklusive dem Forderungsmanagement, Mahnwesen und den Zahlungsverpflichtungen. Auf Wunsch bieten wir alle Sekretariatsdienstleistungen.

Due Diligence und Management-Reports

Kontaktieren Sie uns bei Fragen zur Unternehmensbewertung und Übernahmen sowie Fusionen. GCA liefert Ihnen alle Informationen, die Sie benötigen, um Ihre Unternehmensleistung zu steigern, etwa durch Controlling und regelmäßige Reports zu Ihren wichtigsten Leistungsindikatoren. Ebenso erstellen wir Bewertungen von Firmen (Due Diligence-Prüfung) und begleiten mit unseren individuell zusammengestellten Expertenteams Ihre Unternehmenskäufe und -verkäufe. Damit Sie jederzeit genau wissen, worüber Sie entscheiden.

Rechnungslegung

Unabhängig vom Hoheitsgebiet, in dem Sie aktiv werden wollen: Wir bereiten Ihren Jahresabschluss in US GAAP, IFRS und nach lokalen Standards vor, als Einzel- und/oder Konzernabschluss. Außerdem assistieren wir bei der Prüfung Ihrer Quartals- und Jahresabschlüsse.

GCA liefert Ihnen alle aktuellen Informationen zum Transfer Pricing und berät Sie zum Reporting nach dem BEPS-Aktionsplan der OECD.

Unser internationales Team

Das internationale Team in unserem Büro in Amsterdam repräsentiert die Kernregionen, in denen wir aktiv sind: die gesprochenen Sprachen reichen von Chinesisch, Englisch bis zu Deutsch, Niederländisch und Japanisch. Wir beraten den Kunden in der Sprache, in der er sich am Wohlsten fühlt. Unser Team wächst und es ist unser Bestreben, um das internationale Auftreten von GCA zu wahren. So stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter ein fundiertes Verständnis von den spezifischen Umständen und Vorschriften der Länder haben, in denen wir unsere Dienstleistungen anbieten.

Aktuelle Information

GCA berät seine Kunden zu relevanten Steuerreformen und möglichen Auswirkungen auf die internationalen Geschäfte. Wir verfolgen die Änderungen der für unsere Kunden relevanten Vorschriften, wie etwa der internationalen Standards der Rechnungslegung.

Bitte kontaktieren Sie uns direkt, um zu erfahren, was GCA für Sie bedeuten kann:

Telefon: +31 (0)20 76 01 540
Email: info@globalconnectadmin.com



Teamfoto von GCA

Chinesisch lernen
Lektion 56

财 务

(cai wu)

Finanzen



Übersicht über Kauf-/ Beteiligungsinteressen in Deutschland

1. Beteiligung an einem deutschen Automatisierungsunternehmen

Das deutsche Unternehmen ist ein mittelständisches Unternehmen mit ca. 25 Mio. Euro Umsatz. Das Unternehmen erstellt Leitwartensysteme, liefert die komplette Automatisierung sowie passende Antriebe, Thyristorspeisungen und Technologiemodule. Damit ist es ein Kernunternehmen zur Umsetzung der deutschen Industrie 4.0 Strategie. Referenzen bestehen in vielen Branchen, wie Metallurgie, Baustoffe, Kunststoffe, Chemie, Gas und Nahrungsmittel. Gesucht wird ein Investor, mit dem man gemeinsam international expandieren kann.

2. Beteiligung (oder Joint Venture in China) an einem deutschen Hersteller von Fahrzeugen für den Erzbergbau

Das Unternehmen ist seit vielen Jahren erfolgreich in der Produktion und dem Vertrieb von Fahrzeugen für den Erzbergbau aktiv. Aktiv wird derzeit kein Investor gesucht, aber man ist offen für eine Beteiligung an dem deutschen Unternehmen oder an einem Joint Venture in China, wenn es sich um einen Partner handelt, mit dem die bestehenden Marktpotenziale in China noch besser gehoben werden können als bisher.

3. Beteiligung an einem deutschen Salzbergwerk

Das deutsche Salzbergwerk betreibt als Geschäftsfeld nicht nur den Salzabbau, sondern ist zudem im Versatz von Grubenhohlräumen durch geeignete und aufbereitete mineralische Industrieabfälle aktiv. Zudem besitzt das Bergwerk eine Untertage-Deponie sowie eine Rückstandshalde. Das Konzept ist eine ganzheitliche Nutzung des Bergwerks als Abbau- und Entsorgungsbetrieb. Man ist interessiert, dieses innovative und nachhaltige Konzept nach China zu exportieren und dort Salz- oder Erzbergwerke in gleicher Weise nachhaltig zu betreiben.

4. Aufbau einer Produktionsstätte für Schneckenbohrer (Auger) in China

Aufgrund des auslaufenden Bergbaus in Deutschland und des hohen Anteils der Transportkosten am Produkt – was einen Export der Produkte aus Deutschland heraus kaum möglich macht – wird die Produktion dieser Produkte in Deutschland bis 2018 eingestellt werden müssen. Eine Alternative ist der Aufbau einer neuen Produktionsstätte in China, von der aus die lokalen Kunden sowie Kunden in Indien und Russland bedient werden können. Gesucht wird ein entsprechender Joint Venture Partner in China.

5. Beteiligung an einem deutschen Projekt zur Flözgasgewinnung ohne Fracking

Ein deutsches Unternehmen, welches auf die Gewinnung von Flözgas ohne Fracking spezialisiert ist, sucht für Projekte in Deutschland noch Co-Investoren. Es handelt sich um eine nachhaltige Gasgewinnung mit sehr hohem Gewinnpotenzial. Das deutsche Unternehmen verfügt über ein patentiertes Verfahren zur Analyse von Lagerstätten und ist bereit, ge-

meinsam mit einem chinesischen Investor das in Deutschland erfolgreiche Verfahren auch in China umzusetzen.

6. Aufbau einer Produktionsstätte für einen Baustoff, der Stickoxide in der Luft nachweislich reduziert

Ein deutsches Unternehmen hat einen Baustoff entwickelt, der zu einem großen Teil aus Flugasche hergestellt wird und der, wenn er z.B. in Pflastersteinen oder Fassaden eingesetzt wird, nachweislich zu einer signifikanten Reduzierung von Stickoxiden in der Luft führt. Dies trägt zu einer erheblichen Verbesserung der Luftqualität in Städten bei. Gesucht wird ein Investor in China, mit dem gemeinsam eine Produktion des Baustoffs in China aufgebaut werden kann.

7. Aufbau einer Produktionsstätte für grünen Baustoff in China

Ein deutsches Unternehmen betreibt seit vielen Jahren eine grüne Baustoffproduktion in Deutschland, die sich dadurch auszeichnet, dass als Rohstoffe primär Abfallstoffe aus den Filtern von Müllverbrennungsanlagen genutzt und auf dem Einsatz von Zement (mit seinem hohen Ausstoß an CO2 in der Herstellung) nahezu vollständig verzichtet wird. Das deutsche Unternehmen ist bereit, sein Know-how nach China zu transferieren.

8. Chinesisches Unternehmen aus dem LED-Bereich sucht Beteiligungsmöglichkeiten in Deutschland

Bei dem chinesischen Investor handelt es sich um einen Hersteller von LED´s mit einem Umsatz von ca. 600 Mio. Euro. Die Beteiligung in Deutschland soll insbesondere seine Vertriebsmacht in Europa stärken.

9. Chinesischer Staatskonzern aus dem Bereich Öl, Petrochemie und Gas sucht Investitionsmöglichkeiten in Deutschland

Bei dem chinesischen Unternehmen handelt es sich um einen der größten Händler für Öl, Gas, LNG und petrochemische Produkte in China. Man ist interessiert an Beteiligungen im Bereich Energie, Recycling sowie Komponentenherstellern oder Dienstleistern für die Petrochemie.

10. Partner für die Modernisierung / Ersatz von chinesischen Industriekohlekesseln gesucht

Ein großer Mitverursacher für die schlechte Luftqualität in China sind die zahlreichen kleineren Industriekohlekessel mit einer Dampferzeugung von bis zu 20 t/h. Zahlreiche der bestehenden Kessel erfüllen die aktuellen Grenzwerte für Stickoxide, Staub etc. in China nicht. Folglich hat die chinesische Regierung entschieden, diese sukzessive zu ersetzen. Allein in einem näheren Umkreis um Peking wären hiervon ca. 600.000 Kessel betroffen. Famous sucht nun nach interessierten Partnern, mit denen man gemeinsam diesen Markt bearbeitet. Hierbei sollte der potentielle Partner über Know-how zur Modernisierung von bestehenden Industriekohlekessel oder aber über Industriekohlekessel verfügen, die eine Erfüllung der chinesischen Grenzwerte erlauben.

Kontakt:

Alexander Zisser
FAMOUS Industrial Group GmbH
Zülpicher Straße 5
40549 Düsseldorf
Telefon: +49-211-585 888-109
E-Mail: a.zisser@famous-germany.de

Chinesisch lernen
Lektion 57

生 物

(sheng wu)

Bio

Chinesisch lernen
Lektion 58

建 材

(jian cai)

Baustoff



Prof. Xuewu Gu

Die Große Mauer in den Köpfen

— Was China und den Westen voneinander trennt

Wir freuen uns sehr, die Kapitel drei bis fünf aus dem Buch von Prof. Xuewu Gu: »Die Große Mauer in den Köpfen« veröffentlichen zu dürfen. Hierfür danken wir sehr herzlich Prof. Gu und der Edition Körber. Aufgrund der Länge des Artikels werden wir diese in mehreren Teilen abdrucken.

Die Große Mauer in den Köpfen

KAPITEL 4

Warum wir voneinander lernen müssen

-2. Hälfte-

Staaten und Akteure sind daher bei der Durchsetzung ihrer Präferenzen immer stärker auf eine Art Hebelkraft angewiesen, die ihnen durch die Strukturen verliehen wird, in die sie eingebettet sind. Diese Hebelkraft kann als strukturelle Macht bezeichnet werden, die sich in erster Linie nicht auf die absoluten Gewichte der Akteure, sondern auf die Beschaffenheit ihrer Wechselspiele und Interaktionen bezieht. In diesem Bereich haben die Chinesen, offen gesagt, noch viel vom Westen zu lernen: von der Fähigkeit, sich durch Umwandlung der eigenen Nationalwährung in eine Weltleitwährung lautlos, aber effektiv, zu entschulden, bis hin zum Vermögen, durch gentechnisch veränderte Produkte den größten Anteil der globalen Getreidemärkte für sich zu gewinnen.

Die Notwendigkeit, voneinander zu lernen, sollte nicht nur China, sondern auch der Westen anerkennen. Es ist jedoch erstaunlich, wie fatalistisch viele Westler noch in Zeiten der Globalisierung denken. Die Zusammenhänge zwischen der Globalisierung und der Notwendigkeit des Lernens von Rivalen haben sie nicht wirklich begriffen. Deutlichen Ausdruck findet dieser Fatalismus beispielsweise in der Hoffnung auf ein »selbsttätiges Ende« des chinesischen Booms. Hierfür soll stellvertretend ein Auszug aus einem Leserbrief an ZEIT-ONLINE wörtlich zitiert werden:

»Mir ist bisher kein Bereich bekannt, wo es stetig bergauf ging. Jede Party ist irgendwann vorbei. Auch in China. Wann, weiß keiner, aber ich bin mir sicher, das geht schneller, als so mancher glauben mag. […] Der Tag wird kommen, wo auch China auf den Boden der Tatsachen geholt wird und dann schauen wir mal, wie schnell auch sie sich anpassen werden, weil sie merken, ohne die anderen geht es doch nicht. Irgendeiner muss deren Waren ja abnehmen, gell? China hat ja heute schon das Problem, nicht genügend Käufer im eigenen Land zu haben. Woher soll es also kommen?«16

Mag sein, dass Chinas Wachstum eines Tages tatsächlich stagnieren wird. Aber die Frage ist: Kann es sich der Westen leisten, so lange zu warten, bis dies automatisch geschieht? Was passiert, wenn es die Chinesen doch schaffen, einen neuen Weg zu finden, ihren Boom nochmals für 30 Jahre zu verlängern, was von vielen Instituten, einschließlich der Weltbank, nicht ausgeschlossen wird? Was würde es für den Westen bedeuten, wenn China seine bislang empirisch beobachtbare permanente Selbsterneuerungsfähigkeit weiterentwickelt?

Im Sinne der Systemtheorie des deutschen Soziologen Niklas Luhmann ist Chinas gegen-

wärtiges System durchaus vergleichbar mit einer autopoiesis, griechisch für »Selbsterneuerung«.17 Luhmanns autopoietische Systeme sind hoch komplexe und autonome Systeme, die durch ihre permanente Fähigkeit, sich zur Bewältigung neuer politischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Herausforderungen funktional auszudifferenzieren, beste Voraussetzungen zur Selbsterhaltung aufweisen.

Genau diese systemische Fähigkeit scheint das chinesische System der Gegenwart zu besitzen. Durch die teils freiwilligen und teils erzwungenen Reformen befinden sich die chinesische Gesellschaft und ihr politisches System permanent in einem Prozess der »funktionalen Ausdifferenzierungen«. Dies versetzt das System in die Lage, Systemelemente ständig zu reproduzieren beziehungsweise sich selbst zu erneuern, um die zunehmende Komplexität der Gesellschaft zu bewältigen. Deutlich wird dies beispielsweise, wenn man bedenkt, dass es vor 30 Jahren keinen einzigen Rechtsanwalt im Land gab und heute mehr als 200 000 Rechtsanwälte im kommunistischen China zugelassen sind, um den Herausforderungen der zunehmenden Verrechtlichung der gesellschaftlichen Verhältnisse zu begegnen. Das System scheint in der Lage zu sein, wie Luhmann theoretisiert, autopoietisch zu funktionieren und sich ständig selbst zu erneuern, ohne einen Trend zu einem möglichen »selbsttätigen Stopp« des Booms erkennen zu lassen.

Nur wenn man Luhmanns Postulat der autopoiesis versteht, kann man nüchtern zur Kenntnis nehmen, dass das chinesische System sich schon längst von einer totalitären zu einer autoritären Herrschaft ausdifferenziert hat. Es war diese autopoietische Fähigkeit, die China vor einem Zusammenbruch sowjetischen Stils bewahrt hat. Wir wissen, dass Totalitarismus und Autoritarismus sich gewaltig voneinander unterscheiden, wenn es um die Breite und Tiefe der politischen Beherrschung geht. Die totalitäre Herrschaft stützt sich auf eine umfassende und tief greifende politische Durchdringung und Beherrschung der Gesellschaft und des menschlichen Lebens. Es gibt keinen Teilbereich der Gesellschaft, der nicht politisch beherrscht wird. Eine totalitäre Herrschaft kontrolliert also nicht nur das äußere Verhalten, sondern dringt zugleich tief in das Bewusstsein der Menschen ein.

Demgegenüber beschränkt sich die politische Beherrschung in einer autoritären Herrschaft auf das politische Geschehen und auf bestimmte Teilbereiche der Gesellschaft. Eine begrenzte Autonomie von Teilsystemen und die Unabhängigkeit von Teilgruppen auf nicht politischen Gebieten werden gewährt oder geduldet. Die Kraft des autoritären Systems reicht nur aus, um das (äußere) Verhalten des Menschen zu kontrollieren. Das (innere) Denken der Menschen entzieht sich also seiner Kontrolle. Eine wirkliche ideologische Gleichschaltung von Herrschenden und Beherrschten – im Sinne der totalen Unterwerfung Letzterer – gibt es in einem autoritär organisierten politischen System nicht.

Wie viele Westler wissen, dass sich das kommunistische China vom Totalitarismus zum Autoritarismus gewandelt hat? All jene, die die autopoietische Logik dieses Wandels nicht zur Kenntnis genommen haben, werden verständlicherweise immer auf ein »automatisches Ende« des chinesischen Wachstums warten. Sicherlich ist die Volksrepublik China nach wie vor ein von der Kommunistischen Partei regiertes Land. Aber die Partei legitimiert ihre Herrschaft schon längst nicht mehr durch die kommunistische Ideologie. Spätestens seit 1992, nachdem der »Generalarchitekt der chinesischen Reform und Öffnung«, Deng Xiaoping, im Rahmen seiner inzwischen als legendär geltenden Inspektionsreise nach Südchina die Parteigenossen aufgefordert hatte, die parteiinterne ideologische Kontroverse zu beenden und sich auf die Modernisierung des Landes zu konzentrieren, hat die Partei die ideologische Durchdringung der Menschen als Instrument der Herrschaftsausübung aufgegeben.

Mit der Durchsetzung des Pragmatismus von Deng Xiaoping ging eine spürbare Emanzipation des Denkens der Menschen in China einher. Da die Partei selber die »Praxis als einzigen Maßstab der Wahrheit« anerkannt hat, verzichtete sie praktisch auf ihren Anspruch auf das Wahrheitsmonopol. Infolge dieser ideologischen Befreiung identifizieren sich die Menschen immer weniger mit der Partei. Auch wenn die Mehrheit der Chinesen die Reformpolitik der Partei unterstützt, scheint sie nicht mehr bereit zu sein, sich ihr ideologisch zu unterwerfen. Die Zeit der totalen ideologischen Gleichschaltung von Herrschenden und Beherrschten ist in China vorbei und die Gesellschaft wird – funktionalistisch betrachtet – immer pluralistischer und eigenständiger.

Selbst wenn Chinas Entwicklung sich eines Tages »normalisiert«, was durchaus möglich ist, spielt der Zeitfaktor auch eine Rolle. Was, wenn diese »Normalisierung « der chinesischen Entwicklung erst einsetzt, nachdem es

den Westen wirtschaftlich und wissenschaftlich bereits überholt hat? Wir dürfen nicht vergessen, dass der Vorsprung des Westens gegenüber China nicht mehr groß ist und die Probleme, mit denen der Westen im 21. Jahrhundert konfrontiert ist, gewaltige Strukturprobleme sind, die ohne ein Umdenken einschließlich des Lernens von nicht westlichen Staaten nicht leicht zu bewältigen sein dürften.

Auf einige dieser Probleme hat der französische Politikwissenschaftler Dominique Moïsi bereits hingewiesen. Anregend ist dabei seine Beobachtung eines »fragmentierten Westens«. Ihm zufolge entfernt sich der amerikanische Westen immer weiter vom europäischen Westen. »Es geht nicht mehr um die Frage gemeinsamer Interessen oder Sicherheitsziele«, so Moïsi, »sondern um die Kultur, da sich insbesondere die Vereinigten Staaten immer mehr nach Asien und Lateinamerika ausrichten und Einwanderer aus diesen Regionen anziehen. Was den asiatischen Westen angeht, so wird Japan weiterhin allein und einzigartig bleiben.

In der Tat hat es den Anschein, dass der Enthüllungsfall Snowden diese westliche »Fragmentierung« beschleunigt hat. Die Frage, wie streng das Recht der Staatsbürgerinnen und Staatsbürger auf den Schutz der eigenen Daten und der persönlichen Bewegungsfreiheit gelten sollte, spaltet Amerikaner und Europäer zunehmend. Es ist ein offenes Geheimnis, dass Datenschutz in der Bundesrepublik und in der Europäischen Union einen höheren Wert besitzt als in den Vereinigten Staaten, die nach 9 / 11 dazu übergegangen sind, diesen der Sicherheit unterzuordnen. Immer mehr Menschen auf dem europäischen Kontinent beschleicht das Gefühl, dass es längst nicht mehr sicher ist, E-Mails über den Atlantik zu schicken. Selbst der ehemalige Vorstandschef der Deutschen Telekom, René Obermann, räumte ein, es sei unverständlich, warum europäische Daten auch dann oft über die USA geleitet werden, wenn sich sowohl der Sender als auch der Empfänger in Deutschland aufhalten. Seit bekannt geworden ist, dass das Handy der Bundeskanzlerin Angela Merkel von der NSA ausspioniert wurde, hat das offene Misstrauen gegenüber den Vereinigten Staaten auch die politische Klasse erreicht. Es ist nicht auszuschließen, dass die Fragmentierung der transatlantischen Gemeinschaft mit einer Fragmentierung der transatlantischen Kommunikationsnetzwerke einsetzen könnte. Die gemeinsame Initiative von Bundeskanzlerin Merkel und dem französischen Staatspräsidenten Hollande, das »europäische Routing« auszubauen, deutet auf diese Möglichkeit hin. Immerhin stellt sie eine erste entschlossene Reaktion der Europäer auf die kategorische Ablehnung eines »No-Spy-Abkommens« durch die Vereinigten Staaten dar. Nach dem Willen der deutschen und französischen Regierungen sollten die europäischen Kommunikationsnetzwerke so ausgebaut werden, dass sie in der Lage sind, die Spionage und Überwachung der US-Geheimdienste zu umgehen.19 Die weltpolitischen Konsequenzen dieser »Fragmentierung« der westlichen »Wertegemeinschaft« liegen in der möglichen Schwächung des politischen Vertrauens zwischen den verschiedenen Parteien innerhalb des Westens. Ein geschwächtes Vertrauen aber führt bei der politischen Führung einer einzelnen Gesellschaft in der Regel zu Vorsicht und zu Vorbehalten, sollte einer der »Anderen« Unterstützung verlangen. Die Analyse dieser Entwicklung und der Hinweis auf ihre mögliche Auswirkung auf den zukünftigen Zusammenhalt innerhalb des Westens beinhalten zwar keine direkte Aussage über die Notwendigkeit des gegenseitigen Lernens. Aber die entscheidende Botschaft an den Westen dürfte sein, das eigene Schicksal im Ringen mit China um die Gestaltung des 21. Jahrhunderts nicht dem Zufall zu überlassen. Vielmehr empfiehlt es sich, aktiv zu handeln, bevor es zu spät ist. Abgesehen vom Schaden, den ein Stillstand des chinesischen Wachstums auch für den Westen bedeuten könnte, wäre es feige und vor allem gefährlich, nicht zu kämpfen, sondern lediglich auf Fehler des Gegenspielers zu setzen.

Noch ein weiterer Faktor erlaubt es dem Westen nicht einfach, fatalistisch auf einen »automatischen Stillstand « des chinesischen Wachstums zu warten: der sich immer weiter verkleinernde Anteil des Westens an der Weltbevölkerung. Moïsi spricht von einer »reduzierten Einheit« des Westens. Der heutige Westen unterscheide sich wesentlich vom historischen. Nach Moïsis Recherche 2010 lebten zu Beginn des 18. Jahrhunderts in Europa 20 Prozent der Weltbevölkerung; im Jahr 2050 werde die Bevölkerung des Westens insgesamt nur etwas über 10 Prozent ausmachen.20 Die jüngste Uno-Prognose über die Weltbevölkerung, veröffentlicht im Juni 2013, stellt dem Westen eine noch düstere demografische Zukunft in Aussicht. Demzufolge »[werden] im Jahr 2100 voraussichtlich 10,9 Milliarden Menschen auf unserem Planeten leben«. Allerdings werde das Wachstum fast ausschließlich in Entwicklungsländern stattfinden. »In Europa leben heute noch 742 Millionen Menschen. Ende des Jahrhunderts könn-

ten es voraussichtlich nur noch 639 Millionen sein. Das entspricht einem Rückgang um 14 Prozent.«21

Es ist zu Beginn des zweiten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts noch nicht ganz klar, wie Europa mit seinem dramatisch schrumpfenden Anteil an der Weltbevölkerung zurechtkommen wird. In jedem Fall wird es für die Europäer immer schwieriger, sich geopolitisch und weltanschaulich gegenüber dem Rest der Welt zu behaupten und den europäischen Kontinent als wohlhabendes Paradies erfolgreich zu verteidigen. Denn es dürfte für Europa eine erhebliche geistige und machtpolitische Herausforderung werden, als absolute demografische Minderheit mit etwa sieben Prozent der Weltbevölkerung im Jahr 2100 den Anspruch auf die Anerkennung seiner Vorstellungen und Entwicklungsmodelle als Weltmaßstab aufrechtzuerhalten, wenn die qualifizierten Mehrheiten der Weltbevölkerung anderer Auffassung sind. Einfach abzuwarten wäre die schlechteste Lösung.

Sich zu öffnen und die wirtschaftliche Integration Europas mit einer weltanschaulichen und kulturellen Integration zu flankieren wäre eine Möglichkeit, den vorhersehbaren Herausforderungen effektiver zu begegnen. Dies setzt aber die Bereitschaft voraus, von anderen zu lernen. Es geht nicht darum, von anderen zu lernen, um die demografische Schieflage zu verhindern. Dafür ist es für Europa bereits zu spät. Vielmehr geht es darum, die Einsicht zu entwickeln, dass eine »Politik der Belehrung, der Besserwisserei und Vorschriften« – um mit Eberhard Sandschneider zu sprechen – wahrscheinlich in Zukunft nur bedingt funktionieren kann. Die Mentalität der »automatisierten Abwehrreflexe«22 in Wertefragen und die Gewohnheit eines aufgeregten Umgangs mit Migrationsfragen sollten einer offenen Umarmung der verschiedenen kulturellen und ethnischen Kreise der Welt weichen.

Anmerkungen:

16 Anon.: Hochmut kommt vor dem Fall, Leserkommentar vom 16. Juli 2010 zu: Matthias Naß: Chinas Vorbild: China, in: DIE ZEIT, 15. Juli 2010, Nr. 29, unter http://www.zeit.de/2010/29/China, zuletzt aufgerufen am 24.09.13.

17 Luhmann, Niklas: Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie, Suhrkamp: Frankfurt am Main 1984, S. 60; Luhmann, Niklas: Ökologische Kommunikation, Westdeutscher Verlag: Opladen 21986, S. 266.

18 Moïsi, a.a.O.

19 Sawall, Achim: Merkel will europäisches E-Mail-Netzwerk mit Frankreich, 18.02.2014, in: http://www.golem.de/news/europaeisches-routing-merkel-will-europaeisches-e-mail-netzwerk-mit-frankreich-1402-104608.html, zuletzt aufgerufen am 20.02.2014.

20 Moïsi, a.a.O.

21 Neue Uno-Prognose. Weltbevölkerung wächst schneller als erwartet, Spiegel Online, 13. Juni 2013, unter http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/neue-prognose-weltbevoelkerung-waechst-schneller-als-erwartet-a-905630.html, zuletzt aufgerufen am 24.09.13.

22 Sandschneider, a.a.O., S. 166.

Quelle:
Xuewu Gu: Die Große Mauer in den Köpfen, Hamburg 2014

Chinesisch lernen
Lektion 58

融　合

(rong　he)

Integrieren

Veranstaltungen von CIHD-Mitgliedern

HLFP-China Tag in Düsseldorf - Konsul Pan spricht von "Brauchtum"



HLFP-ChinaDesk: Herr Claus Essers, Frau Qian Li und Herr Christoph Schmitt

Am 3. Mai 2018 war es soweit. Die Rechtsanwälte Hoffmann Liebs Fritsch & Partner veranstalteten zum 4. Mal den HLFP-China Tag in Düsseldorf. Über 100 Gäste kamen aus ganz Nordrhein-Westfalen und nahmen an dieser für die deutsch-chinesischen Beziehungen wichtigen Veranstaltung teil.

In seiner Begrüßungsrede sprach Konsul Zitian Pan vom Generalkonsulat der Volksrepublik China in Düsseldorf davon, dass diese Veranstaltung inzwischen nicht mehr nur Tradition, sondern nach niederrheinischen Grundsätzen Brauchtum geworden sei. Hierbei stünden nicht nur die Fachvorträge im Vordergrund, sondern auch die vielfältigen Möglichkeiten für chinesische und deutsche Unternehmen, mit einander ins Gespräch zu kommen.

Die beiden Senior Partner Claus Eßers und Christoph Schmitt, beide zugleich Head of China Desk, freuten sich über die Auszeichnung von Konsul Pan.

Auch Stephanie Beeres von NRW.Invest begleitet diese Veranstaltung schon seit mehreren Jahren. In ihrer Begrüßungsrede zeigte sie den chinesischen Gästen Möglichkeiten auf, in Deutschland erfolgreich zu investieren. NRW. Invest unterstützt und berät chinesische Investoren seit vielen Jahren. Frau Stelle Wang vom Chinesischen Industrie- und Handelsverband e.V. (CHID) rundete das Bild mit ihrer Begrüßungsrede ab.

Mit dabei waren bei dieser Veranstaltung die Premiumpartner Ruhrmann Tieben & Partner, dompatent von Kreisler und die HPC AG. Die Wirtschaftskanzlei HLFP legt großen Wert auf praxisnahe Vorträge, die den Teilnehmern einen echten Mehrwert durch Beispielfälle bringen. Die Themen reichten von Unternehmensgründung (Recht/Steuern) über Joint Venture bis hin zu dem Schutz geistigen Eigentums, wichtigen Tipps zu Immobilientransaktionen mit erfolgreicher Due Diligence zur Aufdeckung von Wertminderungen durch Schadstoffbelastungen oder Bodenverunreinigungen. Ein weiteres Highlight war der Vortrag von Dr. Mathias Schneider von HLFP zur neuen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), die am 25. Mai 2018 in Kraft tritt. Auch hier konnten die Teilnehmer wichtige Erkenntnisse gewinnen. Fragen wurden gerne von den Referenten beantwortet.

Kommunikationsprobleme gab es aufgrund einer hervorragenden Simultanübersetzung (deutsch/chinesisch/deutsch) nicht. Nach drei

erfolgreichen Veranstaltungen zuvor hat sich bereits eine feste Community gebildet, die sich regelmäßig zu wichtigen Chinathemen austauscht - der HLFP-China Tag ist hier ein weiterer Hot Spot und aus Düsseldorf nicht mehr wegzudenken.

Die Rechtsanwälte Hoffmann Liebs Fritsch & Partner sind eine bekannte mittelständische Wirtschaftskanzlei, die seit über 40 Jahren in Düsseldorf ansässig ist. Sie berät nationale sowie internationale Mandanten bei komplexen und anspruchsvollen wirtschaftsrechtlichen Mandaten, seit 1997 auch deutsche Mandanten in China und seit 1999 chinesische Unternehmen in Deutschland. Neben den beiden Senior Partnern Claus Eßers und Christoph Schmitt arbeiten fünf chinesische Rechtsanwälte/Rechtsanwältinnen im Düsseldorfer Büro von HLFP und unterstützen Sie gerne bei Ihren Projekten.

Quelle: https://www.hlfp.de/blog/2018/05/4-hlfp-china-tag-in-duesseldorf-konsul-pan-spricht-von-brauchtum

CIHD-Stammtisch beim Mitglied RLT



CIHD-Stammtisch bei RLT

Um die Mitglieder und chinesischen Managern mit Steuerthemen, die für ihre Arbeit in Deutschland von Bedeutung sind, vertraut zu machen, hat der chinesische Industrie- und Handelsverband e.V. in Deutschland (CIHD) mit Unterstützung von RLT Ruhrmann Tieben& Partner mbB am 13. Juni 2018 einen Stammtisch mit dem Thema „Besteuerungsverfahren sowie Steuerprüfung in Deutschland“ veranstaltet.

Zuerst begrüßte die Geschäftsführerin des CIHD Stella Wang die anwesenden mittelständischen und kleinen Unternehmen und gab einen kurzen Rückblick über den Einsatz des CIHD, aktiv chinesische Unternehmen als Mitglieder zu gewinnen. Die Unterstützung der Geschäftsbeziehungen sowie des weiter reichenden Netzwerks war dabei von besonderer Bedeutung.

Herr Thomas Althoff, Partner der RLT- Gruppe, Steuerberater und M.I.Tax stellte das Unternehmen kurz vor. Die RLT-Gruppe wurde im Jahre 1958 gegründet und beschäftigt derzeit rund 150 Mitarbeiter an den Standorten Essen, Duisburg, Düsseldorf, und Köln. Somit zählt es zu den großen mittelständischen Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften der Region. RLT bietet spezielles Know-How für Investitionen in Deutschland. RLT stellt gleichzeitig sein exzellentes Netzwerk in Deutschland und Europa für Wachstum zur Verfügung. Anschließend erklärte Herr Althoff die verschiedenen Steuerarten und Steuersätze, Veranlagungsverfahren, Gewinn als Basis der Besteuerung, steuerliche Abzugsbeschränkungen, steuerfreie Einnahmen und steuerliche Vorteile sowie Besonderheiten der Immobilienbesteuerung.

Danach kam Herr Christian Moskob zu Wort. Herr Moskob ist Steuerberater und Wirtschaftsprüfer der RLT Gruppe. Er ist auf die Prüfung und Beratung mittelständischer Unternehmen spezialisiert. Das Thema Steuerprüfungen ist für chinesische Unternehmer, die erst vor kurzem in Deutschland niedergelassen sind, noch fremd. Herr Moskob legte den Teilnehmern die Auswahl der zu prüfenden Unternehmen, die Abgrenzung zum Steuerstrafverfahren, den Umgang mit Behörden sowie Strafen und Zuschlägen dar. Nach den Vorträgen fand noch ein reger Austausch mit den beiden Herren von RLT statt.

Quelle: CIHD

Chinesisch lernen
Lektion 59

会　员

(hui　yuan)

Mitglied

中国网 网上中国

Informationen aus China über China

China.org.cn ist eine staatliche Webseite der Volksrepublik China. Sie veröffentlicht Berichte über die Geschehnisse in der chinesischen Innen- und Außenpolitik, offizielle Sichtweise der chinesischen Regierung zu innen- und außenpolitischen sowie anderen relevanten Themen und Informationen über Chinas Geschichte, Kultur, Geografie, Wirtschaft und so weiter, um China so der Weltöffentlichkeit umfassend vorzustellen.

中国网是国务院新闻办领导的国家重点新闻网站，坚持以新闻为前导，以国情为基础，以融合各地通讯、即时专题、网上服务、媒体搜索等内容为原则，力求通过精心整合的即时新闻、翔实的背景资料和网上独家的深度报道，向世界及时全面地介绍中国，并竭诚为中国和世界各国的访问者提供迅捷、权威的信息服务。



Präsidiumsmitglieder CIHD
主席团成员



Ehrenpräsident: Canrong Ma

名誉会长：马灿荣

Gesandter und bevollmächtigter Chinesischer Botschafter in Deutschland a. D.

时任中国驻德国大使



Vizepräsident: Dr.-jur. Matthias Mitscherlich

副会长：马提亚斯 • 密撒里希博士

Vorstandsvorsitzender a. D.
MAN Ferrostaal AG (2002-2010)

时任德国曼集团 Ferrostaal 股份有限公司董事会主席

Vorstandsvorsitzender a. D.
Athens International Airport S.A.

时任雅典国际机场股份有限公司董事会主席



Präsident: Prof.-Ing. Wolfgang Luan

会长：栾伟

Geschäftsführender Gesellschafter
FAMOUS Holding GmbH, Germany

德国飞马控股集团公司董事长



Vizepräsident: Dongshang Lu

副会长：路东尚

Vorstandsvorsitzender a. D.
Shandong Zhaojin Group Co., Ltd.

时任山东招金集团有限公司董事长

Vizepräsident
China Gold Association

中国黄金协会副会长

Kuratorium (Beirat) 顾问委员会成员

In alphabetischer Reihenfolge 按姓氏字母顺序排列



Changsen Bu
Vorstandsvorsitzender a. D.
Shandong Energy Group Co., Ltd.
时任山东能源集团有限公司董事长



Zhiyuan Tao
Vorstandsvorsitzender a. D.
Shandong Fengyuan Group Corporation Limited
时任山东丰源集团股份有限公司董事长



Dr. Gerhard Eschenbaum
Stellvertr. Hauptgeschäftsführer
IHK Düsseldorf
德国杜塞尔多夫工商联合会副总干事长



Xiancheng Wang
Vorstandsvorsitzender
JCHX Group
金诚信集团公司董事长



Prof. Dr. Martin Junker
Vorsitzender der Geschäftsführung
RAG Mining Solutions GmbH
鲁尔矿山系统有限公司总经理



Petra Wassner
Geschäftsführerin
NRW.INVEST GmbH
德国北威州投资促进署署长



Dr. Hans-Peter Merz
Leiter International a. D.
IHK Mittleres Ruhrgebiet, Bochum
时任德国波鸿工商联合会国际部负责人



Reinhold Zimmermann
Geschäftsführer
Zimmermann Investment GmbH & Co. KG
德国兹默尔曼投资公司总经理

Antragsformular 加入德国中国工商会申请表 (No: .....)

für den Eintritt in den Chinesischen Industrie- und Handelsverband e. V. in Deutschland (CIHD)

1. Firmenname 公司名称 Firmenanschrift 公司地址

…… …… ……..……..

2. Firmenprofil (Ergänzungen bitte mit Extrablatt) 公司简介 (请另页补充)

……...……

3. Nachname 姓 Vorname 名 Geschlecht 性别

.... ……

4. Geburtsdatum 出生日期 Geburtsort 出生地点

....

5. Pass-/Ausweis-Nr. 护照 / 证件号码 Staatsangehörigkeit 国籍

…..... .....…

6. Anschrift 住址

.....

Lichtbild
照片

Tel.-Nr. 电话 Fax-Nr. 传真

…..... …..…..

Handy 手机 E-Mail 电邮

....

Website 网站

.....

7. Beruf (für Einzelperson) 职业（个人） Arbeitsgeber 工作单位

…… .....

Funktion 职务 Tel.-Nr. 电话 Fax Nr. 传真

…..... ……..……. ……..

8. Jahresbeitrag 会员年会费: ☐ Unternehmen 公司: EURO 1.000,-- 1.000 欧元 ☐ Privatperson 个人: EURO 300,-- 300欧元

Ich versichere, dass ich dieses Formular wahrheitsgemäß ausgefüllt habe. Mir ist bewusst, dass jede vorsätzlich falsche Angabe als Grund zum Ausschluss aus dem Verband gesehen wird.
本人保证所填写内容完全属实，如本人有意提供虚假情况， 则取消本人的会员资格。

Ort/Datum 填表地点, 日期 Unterschrift 签名

..... …..

Anmerkungen vom Präsidenten :

Genehmigungsdatum 同意日期…… Unterschrift 签名 ……

Registergericht: Amtsgericht Düsseldorf,
Bankverbindung: National Bank AG,
BLZ: 36020030, Konto-Nr.: 145 955
Zülpicher Straße 5, D-40549 Düsseldorf, Germany
Telefon: +49-211-500 81 30, Telefax: +49-211-500 81 31
E-Mail: info@cihd.de, Internet: www.cihd.de
Das Formular können Sie auch im Internet herunterladen unter www.cihd.de