

Schriftenreihe der FHDW Bergisch Gladbach

Hubert Schäfer, Georg Heissen

**Leitfaden für mittelständische Unternehmen
im chinesischen Markt**

Shaker Verlag
Aachen 2006

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2006

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN-10: 3-8322-4990-7

ISBN-13: 978-3-8322-4990-8

ISSN 1618-3665

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

Executive Summary

Dieses Buch veranschaulicht die Bedeutung der Außenwirtschaft für den Standort Deutschland infolge der zunehmenden Globalisierung und Internationalisierung von Wirtschafts- und Handelsbeziehungen. Im Folgenden werden Möglichkeiten und Chancen aufgezeigt, die sich aus der Expansion und somit der Erschließung neuer Märkte und Kundenschichten ergeben. Der Schwerpunkt der Ausführungen liegt dabei auf den Anforderungen und den damit einhergehenden Voraussetzungen, über die ein Klein- und mittelständisches Unternehmen (KMU) verfügen muss, um erfolgreich seinen Geschäftsbereich auszubauen. In diesem Zusammenhang kommt dem chinesischen Markt mit seinem kontinuierlich starken Wirtschaftswachstum eine besondere Bedeutung zu. Um die Vielzahl von Informationen zu bündeln und möglichst praxisnah beschreiben zu können, werden die dargestellten Aspekte deshalb auf den chinesischen Absatz- bzw. Produktionsmarkt bezogen und die diesbezüglich relevantesten Aspekte näher beschrieben. Neben Faktoren, wie die Marktselektion, die Markt- oder Wettbewerbsanalyse, welche bei der Vorbereitung und Planung von Auslandsgeschäften zu berücksichtigen sind, werden weiterhin konkrete Aspekte beschrieben, die jedes KMU unabhängig von Branche oder Unternehmensgröße berücksichtigen muss, will es sein Absatzgebiet vergrößern. Die genannten Voraussetzungen dienen dazu, sich darüber zu informieren, welche Faktoren bei der Erschließung des chinesischen Marktes im Allgemeinen berücksichtigt werden müssen und sind nicht auf einen bestimmten Absatzweg bezogen. Auf Grund der ungeheuren Materialfülle, welche auf die Aktualität des gewählten Themas zurückzuführen ist, war es erforderlich, Prioritäten zusetzen. So sind die aus Sicht der

Autoren relevantesten Fragen, die mit der Erschließung des chinesischen Marktes von Bedeutung sind, aufgeführt. Des Weiteren werden Möglichkeiten zur Absicherung von Exportgeschäften, wie beispielsweise der staatliche Deckungsschutz durch die Euler-Hermes-Kreditversicherungs-AG, sowie sonstige Möglichkeiten der Absicherung von Auslandsgeschäften beschrieben. Auch werden Aspekte wie interkulturelle und wirtschaftliche Gegebenheiten, die bei der Erschließung und Bearbeitung neuer Märkte berücksichtigt werden müssen, am Beispiel des chinesischen Marktes näher erläutert.

Inhaltsverzeichnis	Seite
Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis.....	9
Abkürzungsverzeichnis	10
Vorwort	12
1. Einleitung.....	13
1.1. Aufbau und Zielsetzung.....	13
1.2. Globalisierung und die Bedeutung der Außenwirtschaft für den Standort Deutschland	14
2. Generelle Aspekte Chinas und der Außenwirtschaft in Bezug auf die Markterschließung durch KMU	22
2.1. Chancen des Mittelstandes in der Außenwirtschaft	22
2.1.1. Außenwirtschaftsförderung.....	28
2.1.2. Definition „Expansionsstrategie“	31
2.2. Generelle und wirtschaftliche Aspekte der VR China	33
2.2.1. China auf einen Blick.....	35
2.2.2. Geographie	38
2.2.3. Natürliche Ressourcen	39
2.2.4. Staat und Recht	40
2.2.5. Bevölkerung.....	41
2.2.6. Kultur und Geschichte.....	42
2.2.7. Politische Aspekte	43
2.2.8. Landwirtschaft	45
2.2.9. Verkehr und Infrastruktur.....	46
2.2.10. Wirtschaft.....	47
2.3. Attraktivität für ausländische Investoren	52
2.3.1. Marktchancen in China und Asien.....	53
2.3.2. Risiken im Auslandsgeschäft.....	61
2.4. Sicherheiten im Auslandsgeschäft	68
2.4.1. Staatliche Absicherung durch die Euler-Hermes-Kreditver- sicherungs-AG	68
2.4.2. Private Kreditversicherer	71
2.4.3. Sicherheiten auf Grund von Zahlungsvereinbarungen	72
2.4.4. Sonstige Möglichkeiten der Absicherung	75
2.5. Regionale Besonderheiten und interkulturelles Geschäftsverhalten	77
2.5.1. Disparitäten zwischen der Land- und Stadtbevölkerung	78
2.5.2. Kulturelle Kompetenz im Auslandsgeschäft	79

2.5.3. Geschäftsbeziehungen in China	83
2.6. Motive für den Außenhandel mit China	85
2.6.1 Institutionen für den Außenhandel	88
2.6.2 Negativbeispiele für eine China-Strategie	89
2.7. Sonderformen des Außenhandels	92
2.8.1. Direktinvestitionen (Foreign Direct Investment, FDI)	92
2.7.2. Veredelung	94
2.7.3. Franchising	94
2.7.4. Kooperation	95
2.7.5. Joint Venture	96
2.7.6. Lizenzfertigung	97
2.7.7. Kompensationsgeschäfte	98
2.7.8. Auslandsprojektgesellschaft	98
2.7.9. Handelsmittler	99
3. Handlungsanweisungen für eine erfolgreiche Markterschließung	100
3.1. Voraussetzungen für eine Expansionsstrategie	100
3.1.1. Marktselektion	104
3.1.2. Marktanalyse	108
3.1.3. Markteintrittsbarrieren	109
3.1.4. Wettbewerbsanalyse	110
3.2. Innerbetriebliche Voraussetzungen	111
3.2.1. Liquidität und Budgetplanung	112
3.2.2. Kapazitäten / Personal	114
3.2.3. Kapazitäten / Produktion	115
3.2.4. Kulturelle Kenntnisse	115
3.2.5. Sprachkenntnisse	116
3.2.6. Geschäftsführung	117
3.3. Außerbetriebliche Voraussetzungen	118
3.3.1. Geschäftsanbahnung	118
3.3.2. Expatriates	119
3.3.3. Absicherung des Auslandsgeschäfts und Finanzierungsmöglichkeiten	122
3.3.4. Lohnkosten und Personal in China	126
3.3.5. Partner bzw. Kontakte in China	128
3.3.6. Rechtliche Aspekte	129
3.3.7. Produkt	135
3.3.8. Geeignete Absatzwege für den Mittelstand	137
3.3.9. Standortwahl im Falle eines Direkteinstiegs	143
3.4. Interkulturelle Voraussetzung	147
3.4.1. Konfuzius	147
3.4.2. Rituale	148
3.4.3. Richtig verhandeln in China	149

3.4.4. Praktische Tipps	150
3.5. Zusammenfassung	152
4. Fazit	156
Anhang	158
Literatur- u. Quellenverzeichnis	172

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abb. 1: Übersicht Außenhandel.....	18
Abb. 2: Gesamtwirtschaftlicher Anteil Mittelstand in Prozent.....	24
Abb. 3: Landkarte China.....	35
Abb. 4: Flagge und Wappen Chinas.....	36
Abb. 5: Die stärksten Wirtschaftsmächte der Welt in Mrd. USD / 2004.....	55
Abb. 6: Die stärksten Wirtschaftsmächte der Welt in Mrd. USD / 2008.....	56
Abb. 7: Wachstumsbranchen für den deutschen Mittelstand in Mrd. USD.....	60
Abb. 8: Risikoarten im Überblick.....	63
Abb. 9: Ablauf und Beteiligte des Dokumentenakkreditivs.....	75
Abb. 10: Bedeutung Chinas für die Strategie der befragten Unternehmen.....	87
Abb. 11: Selektion von Auslandsmärkten-Selektionsmethoden.....	108
Abb. 12: Die relevantesten Fragen im Überblick.....	153

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Außenwirtschaftliche Tätigkeitsfelder.....	16
Tab. 2: Mittelstandsdefinition des IfM Bonn seit Einführung des Euro.....	23
Tab. 3: Kurzinformationen: China.....	37
Tab. 4: Das 3-Stufen-Modell von Schein.....	80
Tab. 5: Standorte im Überblick.....	146

Abkürzungsverzeichnis

AG	-	Aktiengesellschaft
AHK	-	Außenhandelskammer
AKA	-	Ausfuhrkreditanstalt
ASEAN	-	Association of South-East-Asean-Nations
AWG	-	Außenwirtschaftsgesetz
AWV	-	Außenwirtschaftsverordnung
BAFA	-	Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle
BfAI	-	Bundes Agentur für Außenwirtschaft
BIP	-	Bruttoinlandsprodukt
BMWA	-	Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
BRD	-	Bundesrepublik Deutschland
BRIC	-	Brasilien, Russland, Indien, China
BWL	-	Betriebswirtschaftslehre
CAAC	-	Civil Aviation Administration of China
CIF	-	Cost, Insurance, Freight
d/a	-	documents against acceptance
DIHK	-	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
d/p	-	documents against payment
DM	-	Deutsche Mark
E.H.K.-AG	-	Euler-Hermes-Kreditversicherungs-AG
EU	-	Europäische Union
EUSt	-	Einfuhrumsatzsteuer
Exp.Vol.	-	Export Volumen
FAZ	-	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FDI	-	Foreign Direct Investment
G6	-	Gruppe der Sechs
GATT	-	General Agreement on Tariffs and Trade
GmbH	-	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
ICC	-	International Chamber of Commerce
IfM	-	Institut für Mittelstandsforschung
IHK	-	Industrie- und Handelskammer

Imp.Vol.	-	Import Volumen
JV	-	Joint Venture
KfW	-	Kreditanstalt für Wiederaufbau
KMU	-	Klein- und mittelständische(s) Unternehmen
KPCh	-	Kommunistische Partei Chinas
KPMG	-	Unternehmensberatung: Klynveld, Peat, Marwick, Goerdeler
MOFTEC	-	Ministry of Foreign Trade and Economic Co-operation
OECD	-	Organization for Economic Co-operation and Development
PLZ	-	Produktlebenszyklus
RMB	-	Renmimbi
Rol	-	Return on Investment
PR	-	People's Republic
RWB	-	Rheinisch-Bergische Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
USD	-	US-Dollar
SWAV	-	Schnell wachsende asiatische Volkswirtschaften
VR	-	Volksrepublik
WFOE	-	Wholly Foreign Owned Enterprise(s)
WTO	-	World Trade Organization