

Vorwort zur 4. Auflage

»Wissen ist ein Schatz, der seinen Besitzer überallhin begleitet.«
Chinesisches Sprichwort

Kaum ein Land der Welt hat in den vergangenen 20 Jahren eine so beeindruckende wirtschaftliche Entwicklung vollzogen wie die Volksrepublik China. Kein Markt beflügelt die Fantasie westlicher Geschäftsleute mehr, keiner wird aber auch so häufig missverstanden und falsch eingeschätzt. Um Klarheit darüber zu schaffen, wie die Realität aussieht – zwischen falschen Illusionen über Geschäftsmöglichkeiten und Angst vor künftigen Wettbewerbern, zwischen der Bewunderung einer jahrtausendealten Kultur und der Sorge vor undurchschaubaren Geschäftspraktiken –, ist dieses Buch entstanden. Es dient nicht, wie so viele Bücher zu China, der Verklärung des künftigen Erfolgs oder der Heraufbeschwörung einer künftigen Bedrohung. Es versucht vielmehr, den Blick für die Zusammenhänge zu schärfen, ohne deren Verständnis Erfolg in der Zusammenarbeit und im Wettbewerb mit chinesischen Geschäftspartnern nicht möglich ist. Aus diesem Grund werden Wirtschaft, Politik, Kultur und Mentalität durch unser bewährtes Autoren-Dreier-team verknüpft: Jede dieser Facetten ist ein Baustein zu einem tieferen Verständnis Chinas, auf dessen Basis der Leser künftige Entwicklungen besser vorhersehen und die Wirkungen der eigenen geschäftlichen Entscheidungen und Verhaltensweisen besser einschätzen kann.

Das Buch, das Wirtschaftsführer und Entsandte seit zehn Jahren begleitet, geht inzwischen in seine vierte Auflage – eine Auflage, die praktisch ein neues Buch ist. Die Fragestellungen und Herausforderungen des China-Geschäfts haben sich gewandelt. China ist nicht länger ein vielversprechendes Entwicklungsland, sondern in vielen Bereichen ein starker Wettbewerber auf dem Weltmarkt. Politisch sind neue Weichenstellungen erfolgt: Die Kommunistische Partei Chinas vertritt nicht mehr nur Arbeiter und Bauern, sondern auch die Privatwirtschaft. Ein verjüngtes Führungsduo unter Staatspräsident Hu Jintao und Ministerpräsident Wen Jiabao lenkt die Geschicke des Landes auf seinem Weg zu einer der größten Wirtschaftsmächte der Welt. Die Politik greift die neuen Herausforderungen auf, ohne den Alleinvertretungsanspruch der Kommunistischen Partei aufzugeben. Sie verfolgt einen pragmatischen Kurs der Stabilität und Wohlstandssicherung. In Wirtschaft und Gesellschaft reicht die Spannweite von der Schicht der neuen Superreichen über die Manager und Angestellten in den Großstädten und die Politmanager bis hin zu den Wanderarbeitern und Bauern auf den Dörfern.

Chinesische Unternehmen sind nicht mehr nur Kunden oder Juniorpartner, sondern oft schon Weltmarktführer und Konkurrenten. Ihre Leistungsfähigkeit wird von vielen deutschen Unternehmen unterschätzt. Chinesische Unternehmen treten auch in Deutschland als Firmenaufkäufer, Lieferanten und Arbeitgeber auf. Den Startschuss dazu lieferte die »Spread-your-wings«-Strategie der chinesischen Regierung, die zeitgleich mit dem Beitritt Chinas zur Welthandelsorganisation (WTO) im Jahr 2001 ausgerufen wurde. Der kontinuierliche Zufluss von ausländischem Know-how und Kapital in Milliardenhöhe machte China im Zuge seiner Reformen zur viertgrößten Wirtschaftsnation und zur drittgrößten Handelsmacht der Welt. China ist ein Markt, ein Standort und ein Wettbewerber von Weltrang, mit dem jedes deutsche Industrieunternehmen kalkulieren muss.

Manchmal entsteht der Eindruck, China sei bereits ein »normaler« Wirtschaftspartner, der westlichen Erwartungen entspricht. Dafür sprechen nicht nur das Erscheinungsbild der großen Städte und das selbstbewusste, oft fordernde Auftreten mancher chinesischen Geschäftsleute und Politiker, sondern auch die mit dem WTO-Beitritt verknüpften Hoffnungen westlicher Geschäftspartner. Diese Erwartungen werden aber nur zum Teil erfüllt. Ausländische Unternehmen und Politikvertreter beklagen zu Recht die Aufrechterhaltung von Handelsbarrieren, die Beschränkung von Investitionen und die Verletzung von Urheberrechten.

Noch ist China weit von einer Marktwirtschaft westlicher Prägung entfernt. Rechtsstaatlichkeit, Freiheit und Demokratie sind und bleiben westliche Werte, die in China nicht in gleichem Maße angestrebt werden. Bei Verhandlungen und in der täglichen Zusammenarbeit mit chinesischen Geschäftspartnern werden politische, wirtschaftliche und mentalitätsbedingte Unterschiede aber oft erst auf den zweiten Blick sichtbar. Das Buch stellt die wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungen eng miteinander verzahnt und praxisbezogen dar. Der Leser profitiert vom vielfältigen, in langen Jahren aufgebauten Erfahrungsschatz der drei Autoren. Um die Umsetzung zu erleichtern, bietet das Buch zahlreiche Grafiken, systematische Übersichten und Checklisten. Damit erhalten insbesondere mittelständische Unternehmen das notwendige Rüstzeug für eine realistische Einschätzung und eine fundierte Vorbereitung. In diesem Sinne wünschen wir den Lesern wertvolle Erkenntnisse bei der Lektüre des Buches und viel Erfolg bei der Zusammenarbeit mit chinesischen Geschäftspartnern – ob in China, in Deutschland oder auf anderen Märkten der Welt.

München, Mai 2007

Ulrike Reisach, Theresia Tauber, Xueli Yuan