

THEMA: GESCHÄFTSAUFBAU CHINA

Mai 2010

Artikelübersicht:

- Tipp für ihren Expo-Besuch: Die Urban Best Practices Area
- Geschäftsaufbau in China

- Selbständig oder freiberuflich in China
- Aktuelle China Messen

Mit dem monatlichen Newsletter vermitteln die Ständigen Vertretungen des **Bundesverbandes Mittelständische Wirtschaft (BVMW)** aktuelles Wissen über China, einzelne Provinzen und über den chinesischen Markt. Kurz und knackig aber ausführlicher dann, wenn es sich um komplexe Themen handelt. Immer handlich verpackt, praxisbezogen und zuverlässig. Gleichzeitig wollen wir auf diesem Weg aber auch einen Dialog mit Ihnen in Gang setzen und partnerschaftliche Zusammenarbeit fördern. Informieren Sie uns über bisher noch zurückgestellte Kooperationswünsche oder über kurz-, mittel- oder langfristige Einstiegspläne in das noch immer attraktiver werdende Chinesengeschäft. Wir haben die Hand am Puls des Geschehens und helfen mit praktikablen Lösungen. Das klappt deshalb so gut, weil unsere Vertretungen seit Jahren in China fest verankert sind, über vorzüglich geschulte Mitarbeiter verfügen und auf ein komplexes Netzwerk von Unterstützern Zugriff haben.

Rufen Sie uns an. Kommen Sie zum Sightseeing nach China oder vereinbaren Sie ein Treffen mit uns in Deutschland. Wir sind dort ständig vertreten. **Sprechen wir doch mal darüber!**

**Mit den besten Grüßen aus Beijing und Qingdao,
Ihre Dr. Antje Passarge, Ihr Thomas Heine**



Dr. Antje Passarge
BVMW Beijing,
Shanghai



Thomas Heine
BVMW Shandong,
Jiangsu, Zhejiang



Abbildung 1 - Die Urban Best Practices (UBPA) Area im Shanghai World Expo Park

Prozent der gesamten Fläche des Shanghai Expo Parks ein. Dabei werden komplexe Stadtblöcke zur Simulation von Leben, Arbeit, Freizeit und Verkehr ausgestellt. Besucher können staunen über ökologische Häuser mit LED-Beleuchtung, geothermischer Heizung und Hightech-Energiespar-Systemen, sowie Sonnenschutz und Geräuschisolierung.

**Tipp für ihren Expo-Besuch:
Die Urban Best Practices Area**

Nach der Eröffnung des Shanghai World Expo Parks am 1. Mai haben bereits zahlreiche Touristen einen der mehr als 200 Pavillions besucht. Dabei sind vor allem Pavillions wie der von China, Japan, Saudi Arabien und der Schweiz sehr populäre Ziele. Touristen müssen beim Besuch dieser Pavillions jedoch mit durchschnittlichen Wartezeiten zwischen 3 und 4 Stunden für den Eintritt rechnen. Auf der anderen Seite sind Pavillions wie zum Beispiel die Urban Best Practices Area (UBPA) weniger beliebt.

Doch gerade die UBPA als Teil der Expo 2010 in Shanghai gibt einen weitläufigen Einblick in innovative und wertgeschätzte Programme zur Verbesserung der Lebensqualität in typischen Großstädten. Darüberhinaus bietet die UBPA auch eine Plattform zum Austausch von Meinungen und Erfahrungen. Die UBPA nimmt knapp 5

Geschäftsaufbau in China

Deutsche Unternehmen haben in der Summe bis Ende September 2009 in China Direktinvestitionen in Höhe von rund 17 Mrd. USD getätigt. Dabei hat sich in den vergangenen Jahren vor allem der Mittelstand verstärkt in China engagiert. Eine wesentliche Motivation liegt dabei oftmals in der Erschließung eines Wachstumsmarktes. Doch auch steigender Druck seitens etablierter Kunden im Heimatmarkt kann einen Geschäftsaufbau in China begründen.

Für ein Engagement in China existieren grundsätzlich verschiedene Möglichkeiten in Bezug auf Rechtsform und damit verbundener Geschäftstätigkeit. Als zentraler Ausgangspunkt eines jeden China-Engagements steht zunächst die Formulierung einer klaren China-Strategie. Darauf basierend und begleitet durch eine detaillierte Markt- und Standortanalyse ergeben sich verschiedene Investitionsmöglichkeiten. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass vor allem klein- und mittelständische Unternehmen einen Markteintritt über verschiedene Phasen bevorzugen. In der ersten Phase wird dabei ein reines Exportgeschäft über Intermediäre und ohne eigene Präsenz vor Ort betrieben. Hierdurch kann eine erste Produktbewertung und entsprechende Strategie-Anpassungen vorgenommen werden. Abhängig von den unternehmensspezifischen Zielvorgaben kann es in der zweiten Phase zum Aufbau eines lokalen Repräsentanz Büros oder eines lokalen Handelsunternehmens kommen. Da ein Repräsentanz Büro nicht als eigenständige juristische Person gilt, können Geschäfte mitsamt ihrer wirtschaftlichen und juristischen Folgen nur vom Mutterhaus abgewickelt werden. Hingegen können Geschäftsanbahnung, Werbung und Vermarktung aktiv über das Repräsentanzbüro betrieben werden. Für eine Handelsabwicklung der Geschäfte vor Ort und Fakturierung in lokaler Währung eignet sich die Gründung eines lokalen Handelsunternehmens. Soll der Geschäftsaufbau noch weiter vertieft werden, können in einer dritten Phase durch die Gründung einer Tochtergesellschaft vor Ort, eines Joint Ventures mit einem chinesischen Partners oder der Aqise eines chinesischen Unternehmens, Aktivitäten des Wertschöpfungsprozesses nach China verlegt werden.

(Matthias Lambert, BVMW China Vertretung Shandong, Jiangsu, Zhejiang)

Kosten für den Aufbau eines Repräsentanz Büros (Stand Mai 2010)

Kosten für Anmeldung und Gründung	5.000 EUR
Büroausstattung	10.000 EUR
Miete	1.000-1.500 EUR / Monat
Deutscher Mitarbeiter:	
Gehalt	deutsches Gehalt zzgl. Auslandsbonus
Miete	1.000 bis 3.000 EUR / Monat
Heimflug (inkl. Familie)	10.000 EUR / Jahr
Schulgeld pro Kind	12.000 EUR / Jahr
Chinesischer Mitarbeiter:	
Gehalt (nach Qualifikation)	800 bis 2000 EUR / Monat
Sozialversicherung	350 EUR / Monat
Reisekosten/ Spesen	1000-2000 EUR / Monat
Mietnebenkosten (Telefon, Strom etc)	500 EUR / Monat
Steuern	10 Prozent der Gesamtkosten



Abbildung 2 - Steffen Schindler vor seinem Restaurant "Schindlers Anlegestelle" in Peking

Selbständig oder freiberuflich in China

Als ich 1997 meinen Mann nach China begleitete, stand für mich die Frage: was tun? Zu Hause sitzen und warten, erschien mir in diesem unbekanntem Land, nicht angebracht. Chinesisch hatte ich zwar begonnen zu lernen, war aber weit entfernt, um damit allein zurechtzukommen. Auch hatte ich keinen so praktischen Beruf wie Lehrer oder Buchhalter, um in der deutschen Schule oder der Botschaft arbeiten zu können. So machte ich mich selbständig und begann französischen Rotwein zu verkaufen, ich hatte vor meiner China-Zeit in einem Weingroßhandel in Berlin gearbeitet. Es war ein abenteuerliches Unterfangen, es zu beschreiben würde den Rahmen dieses Artikels bei weitem sprengen. Das Fazit meines ersten Versuches: Ich hatte kein Geld aber viel Erfahrung gewonnen.

Mein zweiter Versuch verlief ähnlich, nur auf anderem Gebiet. Ich ließ Werbeartikel für Deutschland herstellen. Erneut sammelte ich viele nützliche und unnützliche Erfahrungen. Zu den wichtigsten gehörte, dass man mit einem geradlinigen Denken, sprich: auf a folgt b, dann c und so fort, in China nicht weit kommt. Man sollte „um die Ecke“ denken können und ein gesunder Menschenverstand zählt oft mehr als kaufmännisches Fachwissen. Wer etwas werden will, muss sich mit unorthodoxen Ideen auf immer neue Herausforderungen einstellen.

So wie der unter Insidern in Peking wohl bekannteste und wahrscheinlich auch erfolgreichste deutsche Selbständige, Steffen Schindler. Als ich ankam, lebte er bereits seit zehn Jahren in Peking. Schindler leitete das erste deutsch-chinesische Joint Venture in der Landwirtschaft, er lieferte McDonald's die Hackklopse für die ersten Hamburger in China, betrieb das Chinageschäft von Swarovski, war enger Mitarbeiter eines israelisch-deutschen Milliardärs ehe er sein heutiges gastronomisches Mini-Imperium mit drei Restaurants, einem Cateringunternehmen, einer Wurstfabrik und einem Delikatessenladen aufbaute.

Sollten Sie je nach Peking kommen und nach all den exotischen Köstlichkeiten einmal Sehnsucht nach ordinärer Bratwurst mit Sauerkraut haben, dann sind die Tank-, Anlege- oder Haltestelle von Steffen Schindler gute Adressen. (Dr. Antje Passarge, BVMW China Vertretung Peking)

■ AKTUELLE CHINA MESSEN

04.06.- 07.06.2010, CHINA GLASS, Internationale Fachmesse der Glasindustrie, Peking / China
<http://www.chinaglass-expo.com/showgsy/WebReg/default.htm?401>

14.06. – 17.06.2010, ProPak China, Internationale Fachmesser der Verpackungsindustrie

08.06. – 10.06.2010, transport logistic China, Internationale Fachmesse für Logistik, Telematik und Verkehr in Zusammenarbeit mit Messe München, Shanghai/ China
www.transportlogistic-china.com

<http://www.propakasia.com/>

■ CHINA MESSE SERVICE

Unser fachkundiges Messe-Team unterstützt kleine bis mittelständische Unternehmen in jedem Schritt zur Planung, Organisation und Durchführung ihrer Messepräsenz in China. Kompetent und preisbewusst.

- Event Identifizierung
- Beratung und Beantragung finanzieller Zuschüsse und Subventionen
- Organisation von Veranstaltungspräsenz, Hotelunterkunft sowie Transport und Frachtlogistik
- Professionelles Design von Messeständen
- Marketing/ Kommunikationsunterlagen
- Übersetzungsservice für Unterlagen und in Person –Chinesisch/Deutsch/Englisch

Weitere Auskünfte erhalten Sie unter: messe@libs-international.com

Kontakt

Linntec International Business Service Company
 No.10 Anshun Road, LiCang District,
 Linntec Industrial Park
 Tel/Fax: (+86) 0532-8506 2025
 Email: info@libs-international.com
www.libs-international.com



China Marketing & Service Dr. Passarge GmbH
 German Centre Beijing, Unit 1126,
 Landmark Tower 2, 8 North Dongsanhuan Road
 Tel: (+86) 010-6590 6112
 Email: info@dr-passarge.de
www.dr-passarge.de

