

Erfolgsrezept Kundennähe

Bayerischer Mittelstand behauptet sich in China

Wettbewerb der Standorte – auch in Deutschland. Während Hamburg im Norden mit mehr als 300 chinesischen Niederlassungen in Europa der Standort für Chinesen an sich ist, ist Bayern im Süden das Bundesland mit dem höchsten Exportvolumen Richtung China. Fast vier Milliarden Euro waren es 2003. Bayerns Unternehmen haben von 2000 bis 2002 mehr als 350 Millionen Euro in China investiert. Dafür stehen nicht nur die »Großen«.

Alles blickt Richtung China. Die Wirtschaft des Landes wächst sieben, acht, neun Prozent im Jahr. Angesichts der konjunkturellen Schwäche in Deutschland scheint auch in Bayern vielen Unternehmen die Präsenz in China der »Strohalm in der Brandung« zu sein. »China ist seit Jahren für unsere Unternehmen einer der wichtigsten Märkte«, sagt Hannspeter Schubert, Vorstandsvorsitzender des im Herbst 2003 gegründeten Chinaforums Bayern e.V., und betont, dass »die Firmen dort präsent sein müssen, um ihre Position im eigenen Land für die Zukunft zu stärken«.

Dicht am Kunden

Das sieht auch Maximilian Stolfig so. Der Juniorchef der 1989 gegründeten Stolfig GmbH, Geisenfeld, weiß, dass gerade die kleineren Unternehmen im harten Wettbewerb nur bestehen können, wenn sie nah am Kunden sind und dabei einen zeitlichen Vorsprung haben. »Wir wollten unter den ersten sein.« Deshalb hat sich das Unternehmen, das für die großen europäischen Hersteller der Autoindustrie Prototypen von Automobilteilen und -zubehör entwickelt und in Kleinstserien baut, vor zwei Jahren entschlossen, nach China zu gehen. Für die Gründung der Shanghai Auto Proto Co., Ltd. kam nur Anting als Standort in Frage, wo seit einigen Jahren deutsche Architekten das ehrgeizige Projekt einer Autostadt realisieren, deren Herz das Shanghaier Volkswagen-Werk ist. Nachdem Peter Stolfig, der Gründer des Familienunternehmens, im Juli 2003 die Geschäftslizenz erhalten hat, konnte der erste unabhängige Prototypenbauer in China – eine 100-prozentige private Investition – bereits

im Dezember den ersten Auftrag für Shanghai Volkswagen abwickeln.

Eineinhalb Millionen Euro hat Stolfig investiert. Weitere Investitionen sollen folgen. Denn der Markt ist gewaltig und wächst gerade in der Autobranche ungebremst. Dass dies bei den Kollegen in Deutschland mit einer gewissen Skepsis beobachtet wird, steht außer Frage. Diese sei aber unbegründet, meint Maximilian Stolfig: »In der Entwicklung brauchen wir kurze Wege, der Kunde muss die Chance haben, in die Werkstatt zu kommen, sich in den Prozess einzubringen.« Es würde also wenig sinnvoll sein, auf die Arbeitsplätze in Deutschland zu Gunsten des chinesischen Werkes zu verzichten. Vielmehr ergänzen sich die Standorte, sagt auch Peter Stolfig,

der China als Teil der Unternehmensstrategie betrachtet. Denn der chinesische Markt eröffnet Geschäftsfelder, »die in Europa für kleine Lieferanten nicht mehr zugänglich sind«. Dabei weiß er genau, wo seine Grenzen sind: Ein europäisches Unternehmen hat kaum eine Chance auf dem chinesischen Markt, wenn es in Konkurrenz zu lokalen Herstellern tritt. Nischen müssen gefunden und besetzt werden. Dass sich dabei Beharrlichkeit und Qualität auszahlen, das haben die Stolfigs in der kurzen Zeit ihres China-Engagements bereits erfahren.

Das sind Erfahrungen, die Maximilian Stolfig gern mit Kollegen aus anderen mittelständischen Unternehmen teilt. Für ihn hat der Erfahrungsaustausch einen besonderen Stellenwert, denn gerade kleine Unternehmen wie die Stolfig GmbH brauchen Netzwerke. »Guanxi« heißt das in China.

Netzwerke aufbauen

Die China-Aktivitäten der bayerischen Wirtschaft zu bündeln, ein funktionierendes Netzwerk zu knüpfen, von dem alle Beteiligten – große und kleine Unternehmen – profitieren, das ist unter



In China haben Ingenieure im Unternehmen eine andere Stellung als in Deutschland. Für Maximilian Stolfig war das eine wichtige Erkenntnis. Die chinesischen Ingenieure an das Unternehmen zu binden ist außerordentlich wichtig. Auch deshalb werden die Shanghaier Mitarbeiter am Stammsitz in Geisenfeld qualifiziert.

Fotos: Stolfig GmbH (linke Seite) / Refratechnik Holding GmbH (rechte Seite)



Refratechnik-Joint-Venture in Yingkou: Nicht »made in China«, sondern »made by Refratechnik« – so lautet die Formel, mit der das Unternehmen seinen Erfolg auch in China begründet.

anderem Anliegen des Chinaforums Bayern e.V. Mit dem kürzlich erfolgten Wechsel in der Geschäftsführung rückte der wirtschaftliche Aspekt noch stärker in den Mittelpunkt der Arbeit, freut sich Maximilian Stolfig.

Das Chinaforum versteht sich als »Brücke zwischen Bayern und China«, fasst Hannspeter Schubert die Aufgaben des Vereins knapp zusammen. Dabei kann er darauf bauen, dass China für die bayerische Wirtschaftspolitik seit Franz Josef Strauß Programm ist. Jährlich reist der bayerische Wirtschaftsminister nach China, selbst SARS hat ihn im vergangenen Jahr nicht davon abhalten können. In seiner Begleitung ist immer auch eine hochrangige Wirtschaftsdelegation.

Mehr Innovation gefragt

Dennoch fehlen oft gerade dem Mittelstand die notwendigen Informationen, um im nach wie vor nicht einfachen chinesischen Markt erfolgreich zu sein. Diese Lücke will das Chinaforum mit seinen Angeboten jetzt schließen, wobei Schubert eine völlig neue Qualität sieht: »Heute geht es nicht mehr um allgemeine Fragen zu China. Inzwischen sind ganz konkrete, fallspezifische Problemstellungen interessant.« Die Brennstoffzelle zum Beispiel. Der Mittelstand habe Interesse an China, und das im hochinnovativen Bereich.

Bei der Stolfig GmbH ist es zum Beispiel der Übergang vom Aluminium zu Magnesium-Legierungen in der

Bauteilefertigung, was eine deutliche Gewichtseinsparung mit sich bringt.

Bauboom sichert Aufträge

Magnesium – das ist auch für den im Jahr 1953 gegründeten Münchener Hersteller von Feuerfestmaterialien, Refratechnik Holding GmbH, einer der wichtigsten Rohstoffe, dessen reiche Vorkommen in Chinas Nordosten letztlich den Ausschlag dafür gaben, gemeinsam mit einem chinesischen Partner eine Produktion aufzubauen. Das zweite »Standbein« der Acht-Millionen-Euro-Investition in Yingkou ist der Bauboom, der trotz der in jüngster Zeit zu beobachtenden Regulierung ungebrochen ist – und damit der Bedarf an Zement, der heute bei 700 Millionen Tonnen jährlich liegt. In den kommenden Jahren soll der Bedarf auf mehr als eine Milliarde Tonnen ansteigen.

Chinas Zementwerke produzieren auf Hochtouren, die Yingkou Refratechnik Refractories liefert die feuerfesten Steine für die Auskleidung der Öfen. Alle neun Monate müssen die ersetzt werden. Im Bereich Feuerfestmaterial für die Zementindustrie hat Refratechnik weltweit einen Marktanteil von 20 Prozent. »Das wollen wir auch in China erreichen«, sagt Refratechnik-General-Manager Jürgen Ruppert.

Nach der Grundsteinlegung im März 2003 wurde bereits im Oktober desselben Jahres die erste Ausbaustufe des Werkes in Yingkou in Betrieb

genommen. Ende Juli dieses Jahres konnten dann im zweiten Bauabschnitt die Maschinen anlaufen, womit die Produktionskapazität bei 50.000 Tonnen im Jahr liegt. Weitere Ausbaustufen sollen folgen. Das Tempo ist so groß wie der Bedarf. »In China haben wir in sechs Monaten ein Werk gebaut. In Deutschland hätten wir in dieser Zeit nicht einmal die Baugenehmigung.« Jürgen Ruppert sieht China als Chance. Maximilian Stolfig auch. ■ *pt*

Kontakt

Chinaforum Bayern e.V., München
Telefon 089 / 2 11 25 - 364
Fax 089 / 2 11 25 - 444
www.chinaforumbayern.de

Stolfig GmbH, Geisenfeld
Telefon 08452 / 7 08 37
Fax 08452 / 7 08 39
www.stolfig.com

Refratechnik Holding GmbH, München
Telefon 089 / 96 10 72 00
Fax 089 / 96 10 72 22
www.refra.com

Anzeige



<http://www.webcontrade.de>

j.tian web consulting & trading

欢迎

Ihre Internet-Webseiten auf

Chinesisch ?!
Japanisch ?!
Arabisch ?!
Russisch ?!

Wir sind erfahrener und qualifizierter Dienstleister in diesem Bereich für Sie.

Steinbeker Marktstrasse 78
22117 Hamburg
Telefon: 040 713 2556
E-Mail: jintian@wbcontrade.de