

Management



Für Ersatzteile von Maschinen und Anlagen ist in China häufig das CCC-Kennzeichen wichtig. Das „China Compulsory Certification“ vereinheitlicht den Verbraucherschutz. Doch nur wer sich im Vorfeld mit dessen Anforderungen und möglichen Alternativen beschäftigt, erlebt kein böses Erwachen. Unsere Serie bringt Licht ins Dickicht des Zertifizierungssystems.

Um den Verbraucherschutz in China auf einheitliche Weise zu regeln, hat die Volksrepublik das Zertifizierungssystem CCC (China Compulsory Certification) eingeführt (Bild: Cisema)

Serie CCC-Kennzeichnung: Worauf es im China-Handel ankommt – Teil 1

## Teilhabe am weltweit größten Markt ist nicht kostenlos

Entwicklung des deutsch-chinesischen Außenhandels 2011 – 2012

|                                      | 2011 (Tsd. €) | 2012 (Tsd. €) | Veränderung (%) |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
| Deutsche Ausfuhr nach China          | 54.803.142    | 66.028.526    | +21,7           |
| Chinesische Einfuhr nach Deutschland | 79.528.996    | 77.313.288    | -2,8            |
| Volumen insgesamt                    | 144.332.138   | 143.341.814   | -0,7            |

Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung der deutschen Maschinen Exporte in die VR China von 2011 – 2012

| Kapitel | Warenverzeichnis Außenhandelsstatistik                                     | 2011 (Tsd. €) | 2012 (Tsd. €) | Veränderung (%) |
|---------|--|---------------|---------------|-----------------|
| 84      | Maschinen, Apparate und mechanische Geräte                                 | 19.255.037    | 17.219.445    | -10,6           |
| 85      | Elektrische Maschinen, Apparate, Geräte und andere elektrotechnische Waren | 6.030.803     | 7.881.504     | +31,2           |
| 84.85   | Volumen insgesamt  | 27.285.840    | 25.100.949    | -8,0            |

Quelle: Statistisches Bundesamt

2011 gingen mehr als 6 % aller deutschen Ausfuhren in Höhe von 1060 Mrd. Euro nach China. Nach einer anfänglichen Abkühlung im Jahr 2012 konnten die Exporte in die Volksrepublik im vierten Quartal wieder deutlich zulegen. Am Ende ergab sich sogar ein leichtes Plus von 2,7 % für 2012

2011 gingen mehr als 6 % aller deutschen Ausfuhren in Höhe von 1060 Mrd. Euro nach China. Nach einer anfänglichen Abkühlung im Jahr 2012 konnten die Exporte in die Volksrepublik im vierten Quartal wieder deutlich zulegen. Am Ende ergab sich sogar ein leichtes Plus von 2,7 % für 2012. Der deutsch-chinesische Außenhandel ist in den vergangenen Jahrzehnten regelrecht explodiert. Im Jahr 2011 konnten deutsche Exporte nach China mit einem Wachstum von über 20 % glänzen. Damit gingen mehr als 6 % aller deutschen Ausfuhren in Höhe von 1060 Mrd. Euro nach China. Nach einer anfänglichen Abkühlung im Jahr 2012 konnten die Exporte nach China im vierten Quartal wieder deutlich zulegen. Am Ende ergab sich sogar ein leichtes Plus von 2,7 % für das letzte Jahr. Für 2013 lassen die OECD-Indikatoren auf noch bessere Ergebnisse hoffen, denn China hat als globale Wirtschaftslokomotive wieder Fahrt aufgenommen. Das Wachstum legte zum Jahresende 2012 erstmals seit zwei Jahren wieder zu. China ist und bleibt auch im Jahr 2013 der wichtigste Exportmarkt für den deutschen Maschinenbau (siehe Tabellen).

Diese Zahlen belegen, dass die Volksrepublik einer der wichtigsten Auslandsmärkte für die deutsche Investitionsgüterindustrie ist – und sie wird es aller Voraussicht nach auch in den nächsten Jahren bleiben. Für weiterhin gute Absatzchancen in China spricht dabei vor allem der Umstand, dass die chinesische Wirtschaft aufgrund deutlich gestiegener Löhne einem hohen Druck zur Automatisierung unterliegt, wofür im großen Stil neue und leistungsfähigere Maschinen benötigt werden. Außerdem sorgen steigende Energiepreise und die zunehmend spürbar werdenden Umweltbelastungen dafür, dass in den unterschiedlichsten Bereichen dringend energiesparende und umweltfreundliche Anlagen und Apparaturen eingesetzt werden müssen. Und wer sollte hier als Lieferant in Betracht kommen, wenn nicht gerade die deutschen Hersteller, die in genau diesen Sparten über besonderes Know-how und eine breite und belastbare Erfahrung verfügen? Hinzu kommen punktuelle Nachfragespitzen in einzelnen Industriezweigen. Im Moment besonders hoch ist die Nachfrage etwa bei Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen, Werkzeugmaschinen und Komponenten für die Luftfahrttechnik.

China ist allerdings nicht nur Abnehmer, sondern auch Herausforderer für den deutschen Maschinenbau. Es wäre auch sehr überraschend, wenn ausgerechnet die umtriebigen Chinesen nicht alle ihnen zur Verfügung stehenden Hebel in Bewegung setzen würden, um sich eine möglichst große Scheibe von diesem heimischen Milliardenmarkt abzuschneiden und darüber hinaus auch den Weltmarkt fest in den Blick zu nehmen. Noch ist der technologische Vorsprung der deutschen Unternehmen speziell im Hightech-Segment gegenüber den chinesischen Anbietern beträchtlich. Aber Chinas Führung hat den Maschinenbau im aktuellen Fünf-Jahres-Plan als eine Schlüsselbranche von strategischer Relevanz definiert, die mittels umfangreicher Investitionen in die Bereiche Forschung und Entwicklung (F+E) zu einem Eckpfeiler der chinesischen Volkswirtschaft weiterentwickelt werden soll. Konkret wurden sieben Sparten mit einem mutmaßlich hohen Zukunftspotenzial identifiziert, die eine Finanzspritze in Höhe von insgesamt 1,2 Billionen Euro erhalten sollen, damit sie schon in absehbarer Zeit zu Technologieführern in ihren Bereichen aufsteigen werden. Die Regierung will sieben Schlüsselbranchen in den kommenden Jahren gezielt fördern. Im Einzelnen sind dies

- umweltfreundliche und energiesparende Technologien

- alternative Energien
- Biotechnologie
- neue Informationstechnologien
- Fertigung hochwertiger Güter
- neue Werkstoffe
- energieeffiziente Kraftfahrzeuge

Dazu sind Fördermittel für technologische Anschaffungen, Forschungsbeihilfen und Steueranreize vorgesehen. Im Bereich der alternativen Energien sieht die Regierung eine Option, das Wirtschaftswachstum nachhaltiger zu gestalten und neue Arbeitsplätze zu schaffen. Der Vergleich mit dem letzten Fünfjahresplan zeigt, dass sich der Fokus drastisch verlagert hat. Dort lag der Schwerpunkt noch auf nationaler Verteidigung, Telekommunikation, Elektrizität, Öl, Kohle, Flugzeugbau und Marineschifffahrt. Ab sofort geht es um Zukunftsbranchen und es wird deutlich, dass sich China hier mit einem langen Marsch an die Spitze des Weltmarkts setzen möchte.

Bis 2015 sollen chinesische Hersteller eine wichtige Rolle im internationalen Geschäft für technologische Spitzenprodukte spielen. Ein stabiles Fundament für den Aufstieg der Chinesen stellt der schon jetzt erreichte Umsatz von über 560 Mrd. Euro dar. China hat sich im Laufe der letzten Jahre zum größten Maschinenhersteller der Welt gemausert. Im Zuge dieser Entwicklung zeichnen sich zwei Trends deutlich ab: höhere lokale Wertschöpfung und technisch hochwertigere Produkte. In den vergangenen Jahren legten Importe „Made in China“ deutlich stärker bei Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten, Nachrichtentechnik, Radio, TV, elektronische Bauelemente und Maschinen zu als bei Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten und Spielwaren. Dabei werden sowohl die Bauteile als auch die Systeme zum großen Teil schon komplett in China gefertigt.

Die Treiberrolle bei diesem großen Sprung nach vorne kommt der Automobilindustrie zu. China übt mit seinem gigantischen Marktpotenzial eine unwiderstehliche Anziehungskraft aus. Auch die Einschränkungen bei der Niederlassungsfreiheit für Autobauer im Reich der Mitte haben offenbar keine abschreckende Wirkung, denn die 17 größten internationalen Automobilhersteller sind schon mit eigenen Werken in China vertreten. Aktuell schicken sich zudem Jaguar Land Rover und Renault an, eigene Werke in Changshu (Provinz Jiangsu) und Wuhan (Hauptstadt der Provinz Hubei) aufzubauen. Das hat dazu geführt, dass die maßgeblichen europäischen, amerikanischen, japanischen und koreanischen Autokonzerne eng mit chinesischen Joint Venture Partnern zusammenarbeiten. Zudem bestanden für Fahrzeughersteller weitreichende regulatorische Anforderungen zur Lokalisierung (Local Content Regulation).

Obwohl diese Vorschriften 2009 auf Druck der Welthandelsorganisation (WTO) aufgehoben wurden, sind internationale Automobilhersteller angesichts der erheblich gefallen Verkaufspreise für in China hergestellte Fahrzeuge gezwungen, vermehrt in China lokal zu beschaffen. Aus dieser Situation gehen auch für die Automobilzulieferer nur zwei Optionen hervor: Sie produzieren für ihre Kunden vor Ort oder werden vom lokalen Wettbewerb ersetzt. Ganz nebenbei hat sich nämlich – nicht zuletzt durch die technische Unterstützung aus dem Ausland – bei chinesischen Automobilzulieferern ein Wettbewerbsniveau eingestellt, das alleine in so kurzer Zeit nicht zu erreichen gewesen wäre. Aber wer hat behauptet, dass die Teilhabe am weltweit größten Markt kostenlos wäre?

- Stefan Fischer, Geschäftsführer Cisema GmbH, München

Die CCC-Serie „Einfluss von CCC auf einmalige Exporte und Export von Serienprodukten nach China“ startet in Ausgabe 10 des Industrieanzeigers am 6. Mai 2013:

- Importbestimmungen in der VR China (Ausgabe 10)
- Produktsicherheitszertifizierung in China (CCC – China Compulsory Certification; Ausgabe 12)
- Einmaliger Exporte nach China (Ausgabe 14)
- Export von Serienprodukten nach China (Ausgabe 17)
- Fazit – Tipps für kleine und mittlere Unternehmen (Ausgabe 20)