

KATRIN SCHLOTTER

Mit Kontaktpflege und Einsatz zu Reichtum Privatwirtschaft in Zhejiang

Lange vor der landesweiten Entwicklung hat sich in den Küstenprovinzen, und dort insbesondere in Zhejiang, eine ebenso umtriebige wie erfolgreiche Unternehmerschicht herausgebildet – trotz erheblicher Einschränkungen bei Kreditvergabe, Marktzugang, Börsennotierung und Besteuerung.



Schuhe aus Zhejiang – die privaten Konsumgüterproduzenten haben Erfolg.

Fragt man in gut unterrichteten Zhejiang-Kreisen nach dem »Warum?«, folgt nach einer kurzen Kunstpause die Standardantwort – das ist die Mentalität, der Zhejiang-Spirit: hart arbeiten, einfach leben und Kontakte pflegen. Auch in den Augen anderer Chinesen gelten die knapp 47 Millionen Einwohner der mit 101.800 Qua-

dratkilometern recht kleinen Provinz Chinas als wendige Geschäftsleute mit hoher Risikobereitschaft.

Die Wirtschaftsdaten belegen den Erfolg: Zhejiang verzeichnete im Jahr 2003 ein BIP von 920 Milliarden Yuan. Das BIP pro Kopf lag mit 19.730 Yuan weit über dem Landesdurchschnitt. Das Besondere daran: Der private Sektor trug nach offiziellen Angaben im Jahr 2003 über 70 Prozent zum gesamten BIP der Provinz bei. 80 Prozent der Unternehmen sind private Betriebe oder Aktiengesellschaften. Sie beschäftigen rund sieben Millionen Menschen, allein im ersten Halbjahr 2004 haben sie eine weitere Million Arbeitsplätze geschaffen.

Beeindruckende Zahlen, die jedoch mit Vorsicht zu betrachten sind: Aufgrund der uneinheitlichen Klassifikation innerhalb des nichtstaatlichen Wirtschaftssektors variieren die Statistiken erheblich, mal ist von 280.000 Privatunternehmen die Rede, mal von

Zhejiangs Privatwirtschaft in Zahlen

Seit Einführung der Reform- und Öffnungspolitik vor rund 25 Jahren gilt die Provinz Zhejiang als Vorreiter der Entwicklung der Privatwirtschaft in China.

Ende 2003 machten die Aktiva der Privatunternehmen der Provinz 310,0 Milliarden Yuan (30,7 Milliarden Euro) aus, neben einem Absatzvolumen von 375,7 Milliarden Yuan (37,1 Milliarden Euro) und Einnahmen in Höhe von 18,9 Milliarden Yuan (1,87 Milliarden Euro). Privatunternehmen exportierten Waren im Wert von 6,49 Milliarden Euro, rund 22,6 Prozent der gesamten Exporte.

Quelle: China Internet Information Center, 15.03.04

Beijing Luftbansa Center



OFFICES AND SHOWROOMS

Grade-A office space from 50-300 sqm and Showrooms with street access available

- No extra charges for utilities after office hours
- Excellent location, 15 minutes to the airport
- Comprehensive facilities with Kempinski Hotel, Yansha Shopping Center and Supermarket
- Professional property Management with efficient support services
- Broadband access

Our multilingual property team is waiting for your visit.

Leasing Hotline:
6465 3388 ext. 4466

Property Office opening hours
Daily 08:30-17:30



No. 50, Liangmaojiao Road,
Chaoyang District, Beijing 100016 P.R.C.
Tel: (86-10) 6465 3388 Fax: (86-10) 6465 1164
E-mail: property.khbb@kempinski.com
Website: www.kempinski-beijing.com
Toll Free: 800 810 6060 (Mainland China Only)



Seit 2003 haben sich 13 Großhändler aus der Provinz Zhejiang in einem Modezentrum im Rhein-Main-Gebiet angesiedelt – sie wollen aber noch anonym bleiben.



680.000. Fest steht, die nichtstaatliche Wirtschaft in Zhejiang boomt – und das mit jährlichen Wachstumsraten von bis zu 20 Prozent. Produktion, Groß- und Einzelhandel sowie Gastronomie generieren den stärksten Umsatz. Ein Trend zeichnet sich ab: der private Sektor dringt in Wirtschaftsbereiche vor, die in staatlicher Hand liegen: Schwerindustrie, Finanzen, Bildung und Infrastruktur. Und entwickelt diese in Bezug auf Qualität, Diversifikation und Know-how stets weiter.

Zunächst Entkollektivierung...

Mit Beginn der Reform- und Öffnungspolitik im Jahr 1978 blühte der Zhejianger Geschäftssinn auf: Nach der Entkollektivierung der Landwirtschaft wurde die Wachstumsdynamik von ländlichen Unternehmen geprägt. Als Kollektiv- oder später als Familienbetriebe auf Lokalebene organisiert, arbeiteten sie den Staatsbetrieben zu und wurden mit der Zeit selbst Konsumgüterproduzenten.

Unternehmensformen:

Grundsätzlich teilt sich die chinesische Geschäftswelt in den staatlichen und den nichtstaatlichen Sektor.

Zu letzterem zählen neben Kollektivbetrieben ländliche Unternehmen, private Unternehmen und Unternehmen mit Auslandskapital.

Privatunternehmen werden durch ihre Mitarbeiterzahl unterteilt in Kleingewerbebetriebe (»getihu«) mit bis zu sieben Mitarbeitern und Privatunternehmen (»siying qiye«) ab acht Mitarbeitern. Seit 1998 gehören – je nach Statistik – zu den »siying qiye« auch private Aktiengesellschaften, Partnerschaften, GmbH und Unternehmensformen mit Auslandskapital.

Ganz gleich, ob es um die Herstellung von Baumaterialien, Maschinen oder Textilien ging, die ländlichen Unternehmen arbeiteten im Gegensatz zu Staatsbetrieben unter erfrischenden Wettbewerbsbedingungen: Eigner und Parteikader profitierten gleichermaßen vom erwirtschafteten Gewinn. So erklärt sich auch deren symbiotische Verbundenheit. Je besser das Verhältnis war, desto leichter war auf Unternehmerseite der Zugang zu Genehmigungen, Steuerbegünstigungen und Krediten. Mit dem Reichtum der Dörfer und Gemeinden wuchs auf Kaderseite die Aussicht auf Gewinnbeteiligung und Aufstieg in der Parteihierarchie. Erst zu Beginn der 90er Jahre – mit wachsender Anerkennung privatwirtschaftlicher Aktivitäten – traten die Unternehmer aus der Schatten- beziehungsweise Kollektivwirtschaft ins Licht der Öffentlichkeit.

...dann Plagiat und Konglomerat

Mangels Forschungsetat griffen viele Kleinstunternehmen auf die nahe liegende Alternative zurück: die Kopie. Mit einer kleinen Produktionsstätte und einer großen Verwandtschaft im Rücken produzierten sie erheblich billiger als die renommierte Konkurrenz. Schon nach kurzer Zeit überwucherten Produktimitationen aus Zhejiang den chinesischen Markt.

Auch Kleidung aus Wenzhou, Metallprodukte aus Yongkang, Elektronik aus Hongqiao, oder Stecker aus Liushi

haben sich in China einen Namen gemacht. Deren arbeitsintensive Fertigung erfolgt in -zig Familienbetrieben, die sich als Cluster zusammenschlossen haben.

Über die familiäre Vernetzung ist sowohl die Arbeitsteilung als auch die wechselseitige Kapitalbeteiligung geregelt. Kürzlich haben, wie Radio China International berichtet, neun Unternehmen aus Wenzhou das erste private Konsortium mit einem Stammkapital von über zehn Milliarden Yuan gebildet. Gemeinsam machen sie sich stark für Schwerpunktprojekte der Provinz Zhejiang: in den Bereichen Wasserbau, Stromerzeugung und Umweltschutz.

...und nun kommt der Export

Waren es in den 80er Jahren noch die »Tellerwäscher«, die in Übersee zum Millionär werden wollten, sind es heute Privatunternehmen, die sich ihren Anteil auf dem internationalen Markt sichern wollen. Gerade die Textilbranche – und mit ihr die unzähligen Privatunternehmen aus Zhejiang – wird im Zuge des WTO-Abkommens von der Abschaffung der Exportquoten profitieren.

So haben sich bereits seit 2003 Großhändler aus China in einem Modezentrum im Rhein-Main-Gebiet angesiedelt. Anonym wollen sie bleiben – schließlich sei man noch nicht so erfolgreich, dass man sich äußern könne... Alle 13 Privatunternehmen stammen aus der Provinz Zhejiang. So auch ihre Vertriebs- und Geschäftspartner in China und Italien. Eng sind sie als Auslandschinesen miteinander verbunden, wie ein gut funktionierendes Räderwerk. Das Zhejiang-Netzwerk bietet für Fremde keinen Zutritt – zu ausgeklügelt ist die Balance zwischen den Zulieferern, Abnehmern und Geldgebern. Schließlich soll der Profit wieder dorthin fließen, woher er kommt: nach Zhejiang. ■

Katrin Schlotter

ist Sinologin und freie Journalistin.

Kontakt

redaktion@katrin-schlotter.de

Links zu Zhejiang

<http://www.ccpit.org>
Business matching: www.zjbiz.gov.cn
Zhejiang Online: <http://english.zjol.com.cn>