

## Einkauf in China

„Lasst China schlafen, denn wenn es erwacht, wird die Welt erbeben.“

Napoleon Bonaparte

Nach der Phase der Kolonialisierung, der Revolutionen und der Hungersnöte begann China vor über 25 Jahren, sich aus seiner Isolation zu lösen und tritt heute vehement auf den Weltmärkten auf, mit Steigerungen der Wirtschaftsleistung, von denen westliche Industrienationen nur träumen können.

Manchem mag der Gedanke an eine „gelbe Flut“ bedrohlich vorkommen, aber auch mittelständische Unternehmen können davon profitieren, wenn sie China nicht als Bedrohung, sondern als Wachstumsmarkt mit Chancen und Möglichkeit begreifen.

Mit diesen Möglichkeiten von China als attraktivem Beschaffungsmarkt wollen wir uns im Folgenden beschäftigen.

Wir, das sind die Unternehmen ROX Asia Consultancy Ltd. und die Shanghai HdhL Industrial Material Co., Ltd., möchten Ihnen bei der Zusammenarbeit mit chinesischen Unternehmen als sprachliche, technische und kulturelle Brücke zwischen Ost und West dienen und deren beste Seiten verbinden.

Beide Unternehmen haben Standorte in Deutschland und China, haben deutsche und chinesische Mitarbeiter und sind seit Jahren auf diesem Gebiet aktiv. Dabei liegt die Spezialisierung von ROX Asia auf dem Gebiet der Druck- und Verpackungsindustrie, die von Shanghai HdhL auf dem Gebiet der produzierenden Industrie. Beide sind freie und herstellerunabhängige Dienstleister, die speziell auf Ihr Unternehmen ausgerichtete Lösungen anbieten.

Um erfolgreich tätig zu sein, ist ein Netzwerk in China notwendig, das neben Herstellern auch Behörden, Verbände, Hochschulen usw. umfasst. So gewährleisten wir für Sie eine Abwicklung nach deutschen Zeit- und Qualitätsstandards sowie eine unkomplizierte persönliche Betreuung, die in beider Hinsicht IHRE Sprache spricht.

Es gibt in China eine unüberschaubare Anzahl von potentiellen Lieferanten. Über die bei uns üblichen Suchmethoden (Internet, IHK usw.) wird man dort aber kaum Erfolg haben. So verfügen schätzungsweise nur 3% der Unternehmen eine eigene Internetpräsenz. Die Qualitäts- und Preisunterschiede sind extrem hoch, die Entfernungen bewegen sich in anderen als uns geläufigen Dimensionen, der Aufbau der Infrastruktur steckt in vielen Gebieten noch in den Anfängen.

Wir arbeiten daher mit uns bekannten Herstellern zusammen, die ihre Lieferfähigkeit- und -bereitschaft sowie die Reproduzierbarkeit ihrer Qualität schon unter Beweis gestellt haben. Neue Hersteller werden laufend auf ihre Eignung hin intern auditiert, ein QM-Zertifikat ist für uns nicht ausreichend.

Um ein chinesisches Unternehmen sinnvoll als Wertschöpfungspartner zu gewinnen, muss auch seitens des Kunden einige Vorarbeit geleistet werden. So ist es von Wichtigkeit, sein Produkt genauestens per Zeichnung und/oder Muster zu spezifizieren. Ein Nutzfahrzeug ist dort z.B. noch ein NUTZfahrzeug, es muss funktionieren. Es muss berücksichtigt werden, dass chinesische Lieferanten andere Wertvorstellungen haben. Unsere Ansprüche an Optik müssen dort erst sehr aufwändig vermittelt werden.

In China ist (fast) alles möglich, aber man muss die China-Regel akzeptieren.

Und welches ist nun DIE China-Regel?

Wir kennen sie nicht..... sind uns aber sicher: Es gibt keine!

Eindeutig ist nur, dass man mit einer „deutschen“ Vorgehensweise und Erwartungshaltung mit hoher Wahrscheinlichkeit Schiffbruch erleidet.

In sechs wichtigen Bereichen ist ein Umdenken notwendig:

- **ZEIT**  
Lieferantensuche und -bewertung, Klärung der Rahmenbedingungen, Fertigungszeiträume, Transportdauer und Nachbearbeitung des Projektes erfordern einen höheren Zeitaufwand als bei einer Beschaffung in Deutschland
- **KOSTEN**  
Die Gesamtkalkulation zählt: Muster- und Werkzeugkosten, Rüst- und Einrichtekosten, Transportkosten, Zölle, Koordinationskosten. Auch sind die unterschiedlichen Zahlungskonditionen zu berücksichtigen.
- **QUALITÄT**  
Qualität, auch nach unseren Maßstäben, ist in China möglich. Zu beachten ist der Materialeinsatz (lokal oder importiert), die Verarbeitung (manuell oder automatisiert), die Reproduzierbarkeit (können - wollen).  
Seitens des Auftraggebers muss das Produkt genauestens spezifiziert sein (Zeichnungen/Muster/Toleranzen). Die Frage wer was, wann, wie und wo kontrolliert, muss im Vorhinein klar festgelegt werden.
- **KOMMUNIKATION**  
Hier gilt es die Sprachbarrieren (Fachtermini!) zu sehen, die „kulturellen Fettnäpfchen“ bei Verhandlungen zu vermeiden. Die Erwartungshaltung und das Verständnis unterscheiden sich ebenso wie die Verhandlungskultur („Stille-Post-Prinzip“) von dem bei uns Üblichen.
- **MENTALITÄT**  
Die Person, nicht die Firma zählt bei Kontaktaufnahme, Anfragen, Verhandlungen und dem weiteren Einkaufsablauf. Dies ist nur durch ein Netzwerk und persönliche Präsenz vor Ort zu gewährleisten.
- **RISIKO**  
Kein Geschäft ist ohne Risiko. Daher müssen auch beim Einkauf in China Risikoabschätzungen angestellt werden. Die Auswirkungen von Verzögerungen, Transportschäden, die Zeitstrecken bei Reklamationen, Nachbesserungen oder Neuanfertigungen sind anders als bei einer Beschaffung in Deutschland. Auch befindet sich die Rechtssicherheit bei Streitigkeiten noch nicht auf dem bei uns gewohnten Niveau.

Trotz der Andersartigkeit, trotz aller Schwierigkeiten und Risiken: Einkaufen in China, wenn man es richtig angeht, ist eine lohnende Sache die einen Wettbewerbsvorsprung sichern kann.

„Das Risiko, nicht in China zu sein, ist größer als das Risiko, in China zu sein“  
Heinrich von Pierer

Bitte kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Gespräch.

ROX Asia Consultancy Ltd.  
Christian Rommel

[Rommel@roxasia.com](mailto:Rommel@roxasia.com)

Shanghai HdhL Industrial Material Co.,Ltd.  
Guido Steffen

[Guido.Steffen@shanghai-material.com](mailto:Guido.Steffen@shanghai-material.com)