

# Auf nach China!

Ostwestfalen  
in Asien



Die gläserne Fabrik des Herforder Unternehmers Heiner Wemhöner in der Nähe von Shanghai.

Wer mit Chinesen Geschäfte machen will, sollte trinkfest sein. Im Reich der Mitte gibt es in den Unternehmen Mitarbeiter, die allein dafür da sind, Vertragsabschlüsse zwischen ihren Chefs und den ausländischen Partnern vorzubereiten und gebührend zu feiern.

Aber das ist nicht die einzige Besonderheit. In jedem Fall gilt: Geschäfte mit Chinesen anzubahnen, kann sich lohnen, denn die Deutschen sind bei ihnen hoch angesehen.

»In China liebt man das Feiern und Zusammensein«, erzählt Ines Ratajczak. In Japan dagegen sollten ausländische Unternehmer besser beim Karaoke singen mitmachen, um nicht unangenehm aufzufallen, rät die Referatsleiterin international der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen in Bielefeld. Andere Länder, andere Sitten! Aber warum sollte man sich überhaupt an passen? »Business is people«, betont Ratajczak. Man verhandele nicht mit Maschinen, sondern mit Menschen.

Etwas 350 Firmen in Ostwestfalen-Lippe unterhalten Geschäftskontakte zu China. Sie verkaufen Maschinen dorthin oder lassen in Asien für sich produzieren. Im Jahr 2014 wurden aus China Güter im Wert von 23 Milliarden Euro nach Nordrhein-Westfalen eingeführt und Waren für 10,4 Milliarden Euro dorthin verkauft. Wer sich ein Standbein in Millionenstädten wie Peking, Shanghai, Wuhan, Xian oder Nanking geschaffen hat, kann bei den Arbeitern nicht die Treue zum Betrieb erwarten, wie es sie in Deutschland vielfach noch gibt. »Die Arbeitsnehmerfluktuation ist in China sehr hoch, für nur wenige Euro mehr im Monat sind die Mitarbeiter bereit, den Job zu wechseln«, warnt Ratajczak und ergänzt: »Geld ist oftmals alles, Loyalität kann man bei 80 bis 90 Prozent der Mitarbeiter nicht erwarten.« Es könne passieren, dass ein Teil der Belegschaft nach dem Frühlingsfest, wenn

die Chinesen quer durchs riesige Land zu ihren Familien reisen, nicht wieder zurückkehrt. Viele Firmen scheuten auch einen Umzug der Betriebsstätte, weil meist große Teile der Belegschaft nicht mit umziehen wollen.

Deutsche, die in China Einheimische anlernen, wunderten sich immer wieder darüber, dass das Wissen nach kurzer Zeit nicht mehr vorhanden zu sein scheint. »Ein Chinese würde nie zugeben, dass er etwas nicht verstanden hat, um nicht sein Gesicht zu verlieren«, erklärt Ratajczak. Deshalb dürfe man einen Arbeiter auch nie vor versammelter Mannschaft kritisieren. Bei den Verhandlungen mit den Geschäftspartnern komme es auf Hartnäckigkeit an. Chinesen versuchten oft, eigentlich abgehandelte Punkte neu zu verhandeln.

Und sie haben ein anderes Verständnis von Pünktlichkeit, hat Richard Erb

hat Kinzel beobachtet. Um Topqualität zu bekommen, zögen sie dann auch Maschinen aus Bielefeld den erheblich billigeren in der Heimat vor.

Vertragsabschlüsse mit Chinesen seien einfacher als mit europäischen Kunden. Kinzel: »Wenn wir in Deutschland eine Maschine verkaufen, wird von uns nach der Anzahlung eine Bürgschaft verlangt – in China aber nicht.« Und dass Produkte kopiert werden, sei auch nicht typisch chinesisch: »Das ist uns auch schon in Italien und Deutschland passiert.«

Kinzel verkauft Siebdruckmaschinen in alle Welt, sie drucken zum Beispiel die kleinen 1,5-Volt-Batterien für tönende

Flughäfen und Bahnhöfe angeht, sollten sich einige in Deutschland davon eine Scheibe abschneiden.« Eine Chinesin, die vor mehr als 20 Jahren nach Deutschland auswanderte, konnte Kinzel als Mitarbeiterin gewinnen, und die ist nicht nur bei Geschäftsanhörungen sehr hilfreich. »Das Essen ist sehr gewöhnungsbedürftig, die Chinesin weiß genau, was ich mag, und die sucht dann für mich aus«, erzählt Alfons Kinzel. Keine Probleme mit dem Essen hatte er im Oktober vergangenen Jahres. Da empfing er eine 16-köpfige

Franzosen, Engländer, Brasilianer, Israelis oder eben Chinesen über das Land von Audi, Goethe und Schweinsteiger denken. Unter den »Laowai«, den Ausländern, mögen die Chinesen die Deutschen am liebsten, be tont Landwehr, denn deutsch sei der »Inbegriff für Zuverlässigkeit«.

Die Deutschen würden als hartnäckige, gründliche Arbeiter eingeschätzt, die sich streng an Regeln halten. Landwehr: »In Umfragen sehen drei Viertel der Chinesen Deutschland als innovatives Land an – ähnlich viele verbinden mit Deutschland Sympathie und Vertrauenswürdigkeit.« Der Blick wird wesentlich durch die Wirtschaft geprägt, durch gute Erfahrungen mit Automarken wie VW.

Chinesische Investoren suchen auch immer häufiger lukrative Unternehmen in Deutschland, an denen sie sich beteiligen können. Im vergangenen Jahr stiegen sie nach einer Untersuchung der Beratungsfirma EY bei 36 Firmen ein. Und während sich das Interesse der Deutschen an der chinesischen Kultur in Grenzen hält, wissen Chinesen erstaunlich viel über unser Land. »Nach Umfragen verfügt ein Viertel der chinesischen Bevölkerung über gute bis sehr gute Kenntnisse von Deutschland«, weiß Landwehr. Stärker als Politik interessierten sie Autos, Sport, Kunst und Kultur.

Zudem halten die Chinesen die Deutschen für trinkfest. »Wieviel Flaschen Bier kannst du an einem Abend leermachen?«, würden Touristen und Geschäftspartner regelmäßig gefragt, erzählt Landwehr.

Dietmar Kemper



chinesische Delegation auf der Sparrenburg.

Mit den Deutschen machen die Chinesen übrigens besonders gern Geschäfte. Das hängt mit dem glänzenden Ruf zusammen, den wir und unser Land im Reich der Mitte genießen. »Die Deutschen sind tüchtig« und »Deutschland ist gut« hört Andreas Landwehr immer wieder, wenn er in Peking oder Shanghai seine Nationalität verrät. »Deutsche Produkte werden für ihre Genauigkeit und Verlässlichkeit geschätzt, jeder fünfte Chinese benutzt sie«, schreibt der Büroleiter der Nachrichtenagentur dpa in Peking in dem Buch »Ansichten über Deutschland: So sieht uns die Welt« (Westend-Verlag). Darin beschreiben Korrespondenten von TV- und Radiosendern sowie von Zeitungen, was

Grußkarten, Etiketten, Schaltungen oder die Wappen von Hotels in deren Schokoladentäfelchen. 15 Mal war Alfons Kinzel schon in China, und das Land nötigt ihm Respekt ab: »Ich denke, China ist nicht nur im Aufbruch, sondern schon sehr weit fortgeschritten. Da werden nicht nur Billigprodukte auf den Markt geworfen, und was die

(65) aus Paderborn festgestellt.

17 Jahre lang hat er im chinesischen Kulturraum gelebt und unter anderem für Fujitsu-Siemens Kontakte in Asien geknüpft. Dabei hat er beobachtet: »Wenn ein Chinese sagt, er könne das Gebäude schon sehen, dauert es noch 15 Minuten. Wenn er »Ich bin gleich da« sagt, noch eine Stunde.« Als harte Verhandlungspartner hat Alfons Kinzel seine chinesischen Geschäftspartner kennengelernt. Seit zehn Jahren verkauft der Geschäftsführer der Bielefelder Firma A&M Kinzel (40 Mitarbeiter) Siebdruckmaschinen ins Reich der Mitte; er hat Kunden in Peking, Shanghai, Dalian und Xiamen. »Man braucht einen langen Atem«, betont der 70-Jährige, inzwischen aber ließen die Geschäfte gut. Die Chinesen hat er bisher stets als vertrauenswürdige, freundliche und zuvorkommende Menschen erlebt, die auf Deutschland schwören. »Sie haben einen fast schon andächtigen Glauben an deutsche Produkte«,

## Wemhöner: »Es geht nicht nur ums Geschäft«

Heiner Wemhöner geht es nicht nur um Geschäfte. Den 64-Jährigen faszinieren China, dessen Menschen und ihre zeitgenössische Kunst, die er sammelt. Und die Chinesen haben umgekehrt eine hohe Meinung von dem Ostwestfalen. Der Chef der Herforder Firma Wemhöner Surface Solutions hat es zum Ehrenbürger der Stadt Changzhou und der Provinz Jiangsu gebracht. »Die Chinesen sind ein sehr fröhliches Volk, sie lachen viel und sind gern in Gesellschaft«, hat Wemhöner festgestellt, der fünf bis sechs Mal im Jahr ins Reich der Mitte fliegt.

In China engagiert er sich seit zehn Jahren, hat in Changzhou 160 Kilometer nordwestlich von Shanghai eine Fabrik aufgebaut, in der 180 Menschen arbeiten. Im vergangenen Jahr

erwarb er ein weiteres Grundstück. Wemhöner stellt Maschinen zur Oberflächenveredelung von Holzwerkstoffen her, die dann beispielsweise in der Möbelindustrie verwendet werden. Inzwischen wird 70 Prozent dessen, was in Changzhou entsteht, auch in China verkauft. Regelmäßig wird Wemhöner gefragt, ob er denn keine Angst davor habe, dass seine Ideen abgekupfert werden. Und dann verweist er auf seine »gläserne Fabrik« in Changzhou mit den Glasfronten, die ausdrücken sollen: Wir haben nichts zu verbergen.

1986 war Wemhöner erstmals in Peking, als der Kommunismus privatwirtschaftliche Betä-

tigung noch als Teufelszeug ablehnte. Seitdem hat sich viel verändert. »China fasziniert mich zunehmend, weil ich sehe, mit welcher Dynamik und Qualität das Land wächst«, erzählt der 64-Jährige. China sei kein Niedriglohnland mehr, betont Wemhöner, das Gehalt der Menschen steige jedes Jahr um zehn Prozent und mehr. Deutsche Mitarbeiter sucht man in Changzhou vergeblich. Zum einen entwickelten die oft »Starallüren«, weiß Wemhöner, und zum anderen hat er für sich die Lösung ausgegeben: »Eine chinesische Fabrik muss mit Chinesen laufen.« Die beschreibt er als »unglaublich fleißig und flexibel: »Die kommen auch mal sonntags.« Man dürfe eben nicht davor zurückschrecken, ehemalige Bauern und Fischer anzulernen.



Geschenke erhalten die Freundschaft: Alfons Kinzel mit einem Geschäftspartner.



Heiner Wemhöner