[Dossier]

So kommen deutsche Autos nach China

Die Wangs im Glück

Der **chinesische Automarkt** ist für deutsche Hersteller der wichtigste der Welt. Doch wie kommen BMW, Audi, VW und Co eigentlich zum chinesischen Kunden? Wir haben uns auf die Spuren von Autoteilen und Importwagen begeben. Eine Reise per Zug, Flugzeug und Containerschiff von Bremen nach Beijing VON DANIELA MEYER, FOTOS HAUKE DRESSLER

[25] Reportage
Von Bremen nach Peking – deutsche Autos auf dem Weg ins Reich der Mitte

[38] Seemannsgarn
Von der Kombüse auf die Brücke – Fahrt auf dem Containerschiff Elly Maersk

[34] Interview
Von deutschen Autos und chinesischem Wachstum – wie es in China weitergeht

BEI EHEPAAR WANG WIRD HEUTE ABEND GEFEIERT. Eltern, Tanten, Onkel und Freunde werden kommen. Sie werden essen und trinken. Aber vor allem sind sie eingeladen, um zu staunen. Vor dem Haus der Wangs, am Stadtrand von Peking, werden sie sich treffen. Denn dort, auf der Straße, steht das neue Mitglied der Familie. Ein silberner Volkswagen Sagitar, frisch vom Band gerollt. Zwei Jahre hat das Paar auf ihn gespart. Kosten: 160 000 chinesische Renminbi, umgerechnet rund 20 000 Euro. Für die Wangs viel Geld. Doch der neue Status, den sie sich damit erwerben, die beeindruckten Gesichter der Gäste: unbezahlbar! „Wir freuen uns so“, sagt Herr Wang und strahlt seine Frau an, „ein Auto made in Germany!“.

Das Autobahnnetz in China ist insgesamt 97 300 km lang.
Zum Vergleich: Das deutsche misst insgesamt 12 845 km.

Recht hat er. Und unrecht. Denn von den deutschen Autos, die auf Chinas Straßen fahren, sind nur noch wenige zu 100 Prozent hierzulande gefertigt. Lediglich 284 700 wurden im vergangenen Jahr nach China verschifft. Im Gegensatz dazu wurden 2,9 Millionen deutsche Autos in China produziert – aus Teilen, die in der Volksrepublik gefertigt oder aus Deutschland importiert wurden.

Die chinesische Regierung verlangt von den deutschen Herstellern, die Vor-Ort-Produktion stetig auszubauen, Arbeitsplätze zu schaffen, Fachwissen mit dem chinesischen Joint-Venture-Partner zu teilen. Gleichzeitig sparen die Autobauer mit der Verlagerung nach China Lohn- und Produktionskosten sowie Zollgebühren. Immerhin liegt der Satz für den Import eines Autos bei 25 Prozent. „Kommen Konsum- und Luxussteuer hinzu, kann ein deutscher Pkw in China doppelt so teuer sein, wie in Deutschland“, sagt Jörg Wuttke, OECD-Berater in China (Interview Seite 34). Auch auf importierte Autokomponenten erhebt Peking eine Steuer: zehn Prozent. Doch auf den Teileimport werden die Hersteller auch in Zukunft nicht verzichten können. Zu aufwendig wäre es, teure Werkzeuge zur Fertigung spezieller Komponenten, die in Deutschland vorhanden sind, nochmals für den chinesischen Markt anzuschaffen. Andere, oft patentierte Teile werden nur von ein, zwei deutschen Lieferanten produziert. Wer mit Automanagern spricht, bekommt einen weiteren Grund zu hören: Die Hersteller wollen einige Geheimnisse für sich, im Heimatland, behalten, um vom chinesischen Partner auch weiterhin gebraucht zu werden.

Ein im nordostchinesischen Werk Tiexi produzierter BMW beispielsweise besteht aus rund 2700 Teilen. Davon werden etwa 40 Prozent in China hergestellt – Sitze, Räder und einige Karosserieteile. 60 Prozent – Funkschlüssel, elektrische Bedienelemente, Getriebe und andere komplexe Komponenten, die Spezialwissen oder spezielle Fertigungsverfahren voraussetzen – stammen aus den deutschen BMW-Werken oder von Zulieferern und müssen nach China eingeführt werden. Ein Weg, das zu tun, führt über den deutschen Logistikkonzern BLG Logistics Group (BLG) mit Sitz in Bremen.

Ortsbesuch auf dem 240 000 Quadratmeter großen Firmenareal der BLG: An Stahlträgern hängt unter dem Dach der gigantischen Werkshalle die chinesische Flagge. Sie kennzeichnet den Bereich, in dem Autoteile für den Transport nach China verpackt werden. Heute sind es blanke, noch unlackierte Karosseriekomponenten der Mercedes C-Klasse – Türen, Motorhauben, Seitenteile. Mit Lkw oder per Zug, der direkt vor die Tore der BLG-Halle rollt, kommen sie aus dem Presswerk in Sindelfingen oder dem Werk in Bremen. Schon beim Eintreffen sind die BLG-Mitarbeiter über ein elektronisches System informiert, auf welchem Containerschiff die Ware von Bremerhaven weiterschippern muss, um pünktlich in den chinesischen Werken der deutschen Hersteller einzutreffen.

Mercedes: Reisestart in Bremen

Rund 800 Container packt die BLG pro Woche im Auftrag der Daimler AG. Der Großteil wird über Bremerhaven in die Welt verschifft. Auch nach China, ins Pekinger Mercedes-Werk gehen die Teile, um dann in den dort produzierten Modellen verbaut zu werden.

Läuft man durch die Hallen der BLG, ist es ratsam, sich nur auf den für Fußgänger leuchtend gelb markierten Wegen aufzuhalten. Eilig flitzen Gabelstapler zu Dutzenden von einem Hochregal zum nächsten. Dazwischen hieven Arbeiter schwere Karosserieteile in Holzkisten. Überraschend wenig wird hier maschinell gemacht, viel per Hand sortiert, verpackt, auf Schäden kontrolliert. Jedes Teil hat seine Spezialbox – mit entsprechenden Aufhängungen, Abstandshaltern, Wattierungen. Selbst für Kleinstteile gibt es Techniken, wie sie in Tüten gewickelt und in Kartons gelegt werden müssen. Es soll viel reinpassen, gleichzeitig darf nichts kaputtgehen. Damit die Mitarbeiter es richtig machen, hängen über den Arbeitsplätzen Monitore mit Bildern der einzelnen Verpackungsschritte.

Südafrika, Indien, China – nach Zielorten sortiert stehen die Kisten schließlich am Warenausgang. Etwa 76 Tage brauchen die Autoteile von hier, bis sie in der Volksrepublik verbaut werden. Die Staplerfahrer – über PC und Scanner im Cockpit mit dem Informationssystem der BLG vernetzt – bringen sie in die richtigen Container. Nur 1,5 Kilometer werden die Container von hier mit dem Lkw zum Hafen in Bremen gefahren. Mit dem Binnenschiff geht es die Weser hoch nach Bremerhaven.

Bis zu 750 Meter lange Züge schlängeln sich durch den Containerterminal des Hafens. Vor den Toren stauen sich die Lkw. Wie schon in den Hallen der BLG sausen Stapler hupend und zischend durch die Reihen aufgetürmter Container. Globalisierung in Kisten: Handy, Computer und Co aus China, Klamotten aus Indien. In Kühlcontainern, die auf dem Schiff und im Hafen an Steckdosenplätzen mit Strom versorgt werden, kommen Südfrüchte aus Brasilien, Rindfleisch aus Argentinien. Dazwischen die Container mit Autoteilen aus Deutschland.

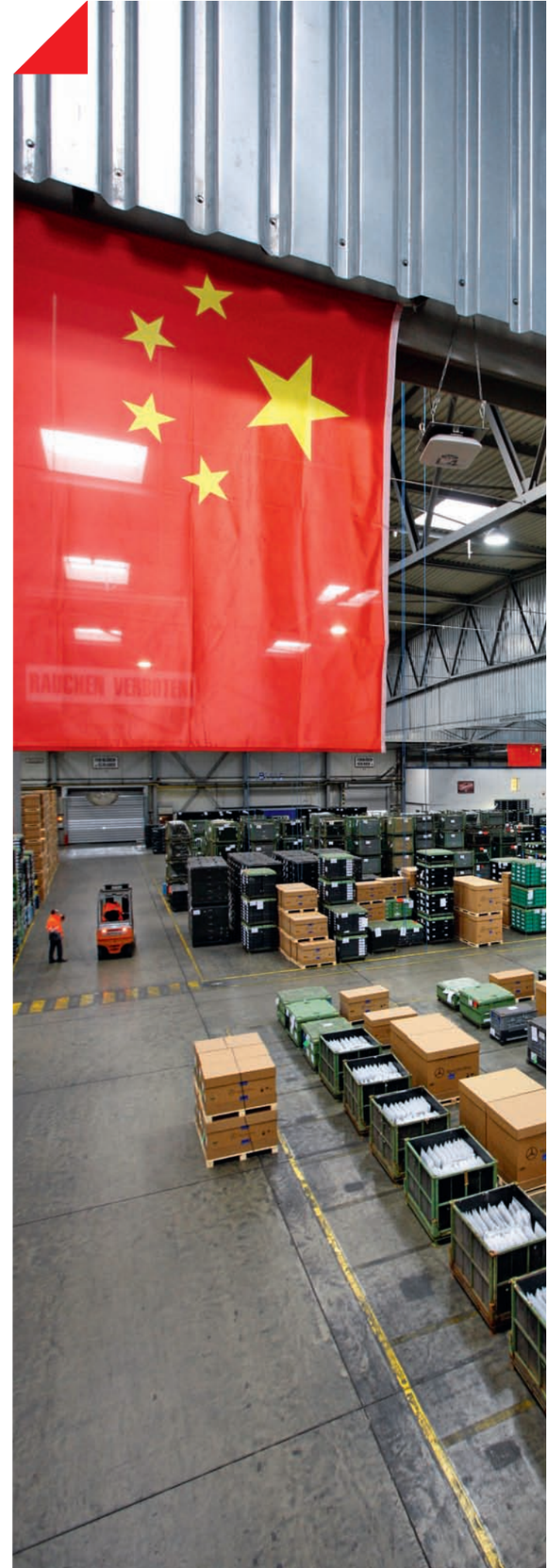
Sogenannte Van Carrier, die aussehen wie stählerne Riesenspinnen, heben Container von Zügen und Lkw. Scheinbar wahllos werden sie auf dem drei Millionen Quadratmeter großen Hafenareal abgestellt. In Wirklichkeit steckt natürlich ein ausgeklügeltes, elektronisches Erfassungssystem dahinter. „Höchstens einmal im Monat geht ein Container auf die falsche Reise“, sagt Andreas Russler, Betriebsleiter des North Sea Terminal (NTB), den die dänische Reederei Maersk gemeinsam mit Eurogate betreibt. Wenig im Vergleich zu den 3,4 Millionen 20-Fuß-Containern, die bei NTB 2012 umgeschlagen wurden.

Insgesamt heben und senken in Bremerhaven mehr als 50 Hafenkräne jeweils bis zu 30 Container pro Stunde. Im vergangenen Jahr bewegten sie an dem fünf Kilometer langen Kai, den die Norddeutschen Kaje nennen, 6,1 Millionen TEU* (20-Fuß-Standardcontainer), be- und entluden 6916 Handelsschiffe. „China ist der Motor unserer Branche, aber die Wirtschaft dort flaut ab“, sagt Russler. Noch habe er aber gut zu tun. 45 Schiffe fertigen seine 740 Mitarbeiter wöchentlich ab. 18 der Hafenkräne und sechs Liegeplätze für Großschiffe gehören zum NTB Terminal.

Gerade ist die Elly Maersk, eines der weltgrößten Containerschiffe (Grafik Seite 28) eingetroffen. An nur einem Tag müssen 1600 Container abgeladen, 1700 wieder draufgepackt werden. Ein Stauplan gibt an, wo jeder Container stehen muss, damit das Schiff keine Schlagseite bekommt. Sortiert wird nach Gewicht und Bestimmungsort. Gefahrgutcontainer müssen zusätzlich gekennzeichnet und so positioniert werden, dass man sie gut erreichen, im Notfall ein Feuer schnell löschen kann.

Als es dunkel wird, im Hafen die Lichter angehen, ist die Elly bereit abzulegen. Hinaus aufs schwarze, offene Meer. Rund 12 000 Seemeilen wird sie zurücklegen, etwa sechs Wochen später China erreichen (Den Erlebnisbericht von der Fahrt auf der Elly Maersk lesen Sie auf Seite 38).

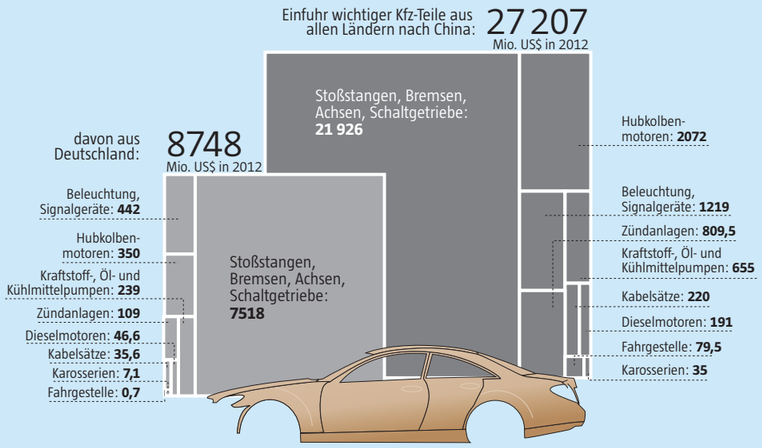
*TEU wird als Maßeinheit verwendet, um die Kapazität von Containerschiffen und Hafenumschlagsmengen zu beschreiben. Ein TEU entspricht einem 20-Fuß-Standartcontainer (ca. sechs Meter)



Stauraum In den Hallen der BLG werden Autoteile für den Transport nach China in Kartons verpackt

DIESE AUTOTEILE FAHREN NACH CHINA

2013 soll die Einfuhr von Kfz-Teilen nach China um vier Prozent auf 28,3 Mrd. Dollar steigen. Aus Deutschland werden Teile im Wert von 10,5 Mrd. Dollar kommen – ein Plus von 20 Prozent

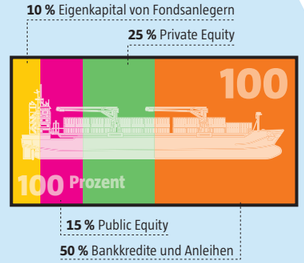


FÜR 2,7 PROZENT

des weltweiten CO_2-Ausstoßes ist die Seeschifffahrt verantwortlich. Sie transportiert 75 Prozent der international gehandelten Güter

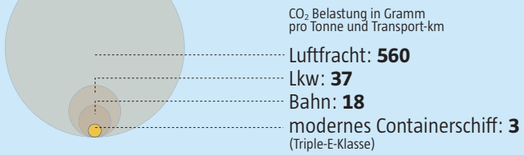
1646 VON 4620

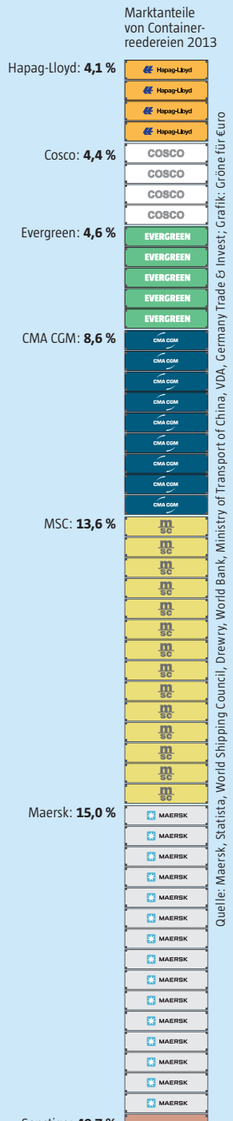
Containerschiffen weltweit werden von deutschen Banken und Fondsanlegern finanziert. Das neueste, die Maersk McKinney Møller, kostete 190 Mio.Dollar

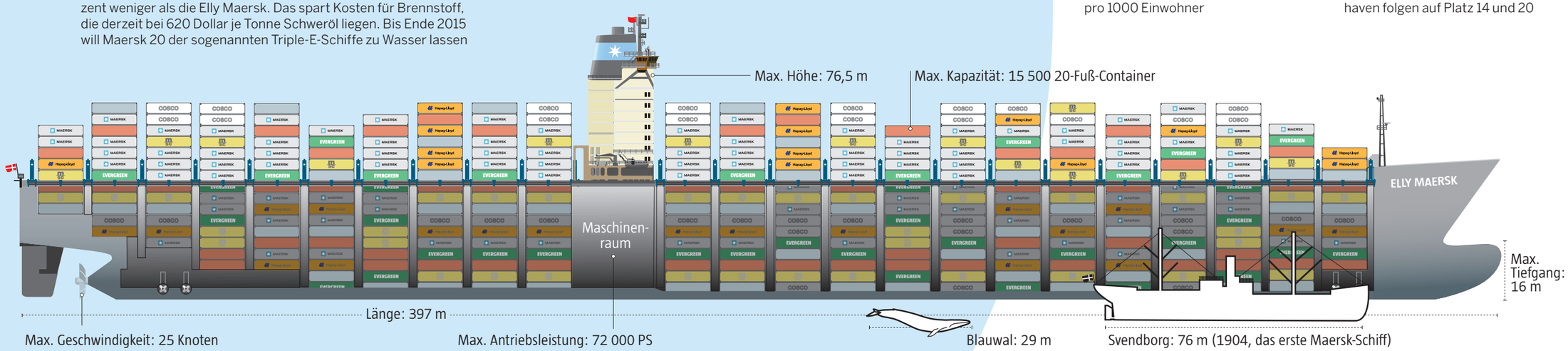


MIT DER NUMMER 1 NACH ASIEN

Maersk Line ist die weltgrößte Container-Reederei. Das Asien-Geschäft hat einen Anteil von 24 Prozent mit einem Volumen von 2,2 Millionen FFE (40 Fuß-Container). Maersk fährt auf der Asien-Europa-Route mit 100 Schiffen neun Häfen in China an. Neu dabei ist die Maersk McKinney Møller. Das weltgrößte Containerschiff ist 400 Meter lang, 59 Meter breit, kann 18 000 Stück 20-Fuß-Container tragen und verbraucht 100 Tonnen Schweröl am Tag – 20 Prozent weniger als die Elly Maersk. Das spart Kosten für Brennstoff, die derzeit bei 620 Dollar je Tonne Schweröl liegen. Bis Ende 2015 will Maersk 20 der sogenannten Triple-E-Schiffe zu Wasser lassen







DIE TOP-6-CONTAINER-REEDEREIEN

Marktführer ist Maersk, gefolgt von der italienischen MSC. Insgesamt besteht die Maersk-Flotte aus 630 Schiffen

1882 Dollar

beträgt die weltweite Frachtrate für einen 40-Fuß-Container im Schnitt, 615 Dollar die Importgebühr eines 20-Fuß-Containers nach China

297 Mal

wurden 2012 weltweit Schiffe von Piraten überfallen, 2013 gab es bislang 143 Angriffe. Im Rekordjahr 2010 waren es 445

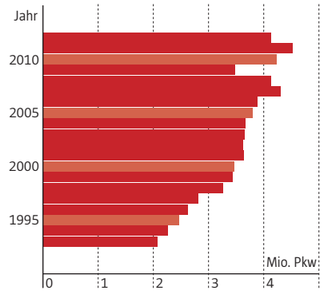
5,35 Mio. Autos

sind aktuell in Peking zugelassen. Pro Monat kommen, reguliert durch die Nummernschildvergabe, 20 000 hinzu

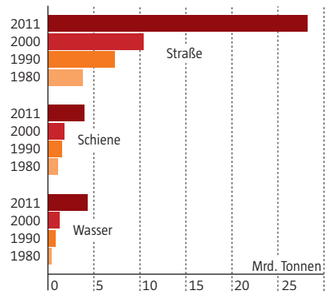
17 Millionen

Container schippern derzeit über die Weltmeere. Auf die Elly Maersk passen statt Containern auch 1,24 Mio. Waschmaschinen

Export 4,13 Mio. deutsche Pkw wurden 2012 in die Welt verschickt



Transport Zu viele Güter werden in China per Lkw befördert



37 von 1000

Chinesen besitzen bislang ein eigenes Auto. Zum Vergleich: In Deutschland gibt es 525 Pkw pro 1000 Einwohner

7 von 10

der weltgrößten Containerhäfen sind in China. Platz 1 belegt Shanghai. Hamburg und Bremerhaven folgen auf Platz 14 und 20

Mit dem Roller können sich Autofahrer in China für 42 Euro aus dem Stau abholen und ihr Auto von einem Dienstleister ans Ziel bringen lassen.

Im Hafen der ostchinesischen 12-Millionen-Metropole Tianjin wuseln Fischkutter kreuz und quer durchs Wasser, manche aufgrund von Smog und Nebel nur schemenhaft zu erkennen. Dazwischen schiebt sich die Taikung ins Hafenbecken, ein weiteres Maersk-Containerschiff, das, wie die Elly, die Asien-Europa-Route fährt. „Ein Albtraum“, sagt der indische Kapitän Anant Kumar Bansal, „chinesische Häfen halten mich wirklich auf Trab.“ Manche Fischer würden glauben, es bringe Glück, dicht vor einem Containerschiff zu kreuzen.

Audi: per Schiff nach China

Nur 180 Kilometer südöstlich von Peking ist Tianjin mit einer Umschlagsmenge von 12,29 Millionen TEU der zehntgrößte Hafen der Welt. Shanghai belegt den ersten, Bremerhaven den zwanzigsten Platz. Über 20 Meeresrouten verbinden Tianjin mit rund 400 Häfen in 180 Ländern. Nicht nur Container mit deutschen Pkw-Komponenten kommen hier an. Am Autoterminal treffen pro Monat vier bis sechs Schiffe, beladen mit jeweils 5000 Kleinwagen aus Bremerhaven, ein. Im Schnitt sind jedes Mal 500 von Audi dabei.

Die Ingolstädter verkauften im ersten Halbjahr 2013 bereits 228 139 Autos in China (Kasten Seite 33). Der Importanteil liegt bei 18 Prozent. Die meisten Audis auf Chinas Straßen sind im Nordosten des Landes, in Changchun, hergestellt, wobei der Anteil der lokal gefertigten Teile je nach Modell bei 60 bis 85 Prozent liegt. 350 bis 380 Container mit Audi-Teilen, etwa Steuerelektronik oder MMI-Bedienteilen, werden pro Woche nach China verschifft. „Eine Produktion in China lohnt sich bei Modellen, die oft verkauft werden, wie dem A4 oder A6“, sagt Martin Kuehl, Audi-Sprecher in China, „Modelle, die weniger gefragt sind, importieren wir, da sich eine Vor-Ort-Produktion bei kleinen Stückzahlen nicht rentiert.“

Im südlichen Guangzhou, in Shanghai und in Tianjin betreibt Audi Hafenterminals. „6000 bis 7000 Audis kommen da insgesamt pro Monat an“, sagt Lars Dabelstein, Technikleiter des Tianjin-Audi-Terminals. Alle sind verpackt im weißen Schutzanzug – ein Markenzeichen der Import-Audis. Im Transportmodus, in dem man nicht schneller als 30 Kilometer pro Stunde vorankommt, werden sie vom Schiff gefahren.

In Tianjin übernehmen das Mitarbeiter des chinesischen Zolls oder des CIQ (Chinese Inspection & Quarantine Service), einer behördlichen Kontrollinstanz, die alle Autos auf Fahrtüchtigkeit prüft. Wie auch bei den Autoteile-Containern dauert die Zollabfertigung drei bis vier Tage. Zehn bis 20 Prozent aller ankommenden Waren werden stichprobenartig kontrolliert. Während die Container danach per Lkw direkt zum Bestimmungsort gebracht werden, müssen die Import-Audis durch zwei weitere Checks.

Ähnlich wie der Tüv kontrolliert CIQ Bremsen, Licht und Abgaswerte. „Erst wenn alles okay ist, sind die Autos für den chinesischen Markt freigegeben und wir können sie in unser Technikzentrum am Hafen fahren“, erklärt Dabelstein. Dort nimmt ein Team von Audi-Ingenieuren die Fahrzeuge nochmals unter die Lupe: Motor, Lack, Fahrgestellnummer. Zum Schluss werden technische Daten aufgespielt, das Navi auf Chinesisch umgestellt. Dann geht es mit Sattelschleppern zu einem der über 300 Audi-Händler im Land.

Eine Güterzuganbindung gibt es im Hafen übrigens nicht. Ein grundsätzliches Problem in China. Zwar werden pro Jahr rund 300 Milliarden Euro in den Ausbau der Infrastruktur investiert. Doch hat die Regierung – vor allem beim Schienennetz – bislang hauptsächlich Prestigeprojekte, wie Hochgeschwindigkeitszüge für Passagiere, auf der Agenda. Kein Wunder also, dass sich bereits hinter der letzten Sicherheitskontrolle am Hafenausgang die Lkw stauen, es auf Chinas Straßen ständig zum Verkehrskollaps kommt. 2010 verstopften beim bisher längsten Stau mehr als 10 000 Laster zehn Tage lang eine Strecke von 120 Kilometern auf der Expressroute Peking–Tibet.

BMW: mit dem Zug zum Ziel

Hinzu kommt, dass es für den Straßengüterverkehr in den Provinzen abweichende Regeln und Lizenzen gibt. In einigen sind bestimmte Nummernschilder nicht zugelassen. Andere erlauben es ortsfremden Logistikern nicht, in ihrem Hoheitsgebiet Waren anzunehmen. Hohe Mautgebühren machen teils bis zu 40 Prozent der Transportkosten aus. Insgesamt belaufen sich die Logistikkosten in China auf 18 Prozent des Bruttoinlandsprodukts – fast doppelt so viel wie in Europa.

BMW umgeht diese Problematik teilweise, indem der Autobauer für den Teiletransport eine Zugverbindung nutzt – und zwar direkt von Deutschland nach China. 200 Züge von DB Schenker, beladen mit 8000 Containern, fuhren 2012 Autoteile von Wackersdorf über Polen, Weißrussland und Russland bis in den Nordosten der Volksrepublik. Derzeit verlassen jede

Tiefgang In Bremerhaven lösen Hafenarbeiter die Leinen eines Containerschiffs (oben links), während an Bord der Elly Maersk der Stauplan – eine Art Riesen-Lego für Erwachsene – geprüft wird (Mitte). Als im Hafen die Lichter angehen (oben rechts), fährt die Elly los (unten). In etwa sechs Wochen wird sie in China sein

ANZEIGE

Volkswagen

In China seit: 1983 Produktionsstart Santana, 1984 erstes Joint Venture mit SAIC
Joint Ventures: Shanghai Volkswagen Automotive Co., Ltd. (SVW) und First Automotive Works-Volkswagen Automobile Co., Ltd. (FAW-VW)
Produktionsstandorte: SVW: Anting, Nanjing, Urumqi, Yizheng, ab 2013 Ningbo; FAW-VW: Changchun, Chengdu, Foshan
In China produzierte Modelle: Santana, Polo, Lavida, Touran, Tiguan, New Passat, Golf, Jetta, Magotan, CC, New Bora, Sagitar
Produktion in China 2012: 1,92 Mio. Autos der Marke VW
Händler in China: 1350 der Marke VW
Lokalisierungsrate[1]: je nach Modell bis zu 90 Prozent
Absatzentwicklung 2012: 2,15 Mio. Autos der Marke VW (+24,8 %)
Absatzentwicklung 1. HJ 2013: 1,17 Mio. Autos der Marke VW (+ 19,4 %)
Marktanteil in China: 15,7 % (Marke VW, 1. HJ 2013)
China-Anteil an weltweiten Verkäufen: 40,6 % (Marke VW, Januar bis August 2013)

Mercedes

In China seit: 2003 Genehmigung zur Gründung eines Joint Ventures
Joint-Venture-Partner: Daimler arbeitet in China mit der Beijing Automotive Group (BAIC) in dem Joint Venture Beijing Benz Automotive Co (BBAC), zudem beteiligte sich Daimler 2013 mit zwölf Prozent an der Pkw-Sparte von BAIC
Produktionsstandorte: Peking (Produktionsstart 2006), Karosserie- und Montagewerk für Transporter (Vito, Viano und Sprinter) in Fujian
Händler in China: über 300 Händler bis Ende 2013 geplant
In China produzierte Modelle: C-Klasse, E-Klasse (Langversion für den chinesischen Markt), GLK
Lokale Produktion 2012: 96 499 Autos
Lokalisierungsrate[1]: 50 Prozent
Absatzentwicklung 2012: 196 000 (+1,5 %)
Absatzentwicklung 1. HJ 2013: 98 914 (–0,5 %)
China-Anteil an weltweiten Verkäufen: 14,3 % (1. HJ 2013, inkl. Smart)

Audi

In China seit: 1988 erster Vertrag zur Lizenzfertigung des Audi 100
Joint-Venture-Partner: Die VW-Tochter arbeitet in China mit First Automotive Works (FAW) im Joint Venture FAW-Volkswagen
Produktionsstandorte: Changchun, ab Ende 2013 wird in Foshan die Audi A3-Limousine und der Audi A3-Sportback produziert
Händler in China: mehr als 300 Händler
In China produzierte Modelle: A4L, A6L, Q3 und Q5
Produktion in China 2012: 333 467 Autos
Lokalisierungsrate[1]: je nach Modell mind. 60 Prozent
Absatzentwicklung* 2012: 405 838 (+29,6 %)
Absatzentwicklung* 1. HJ 2013: 228 139 (+18 %)
Marktanteil in China: 34 % im Premiumsegment
China-Anteil an weltweiten Verkäufen: 29,2 % (1. HJ 13)
* inklusive Hongkong

BMW

In China seit: 1994 erstes Repräsentanzbüro in Peking
Joint-Venture-Partner: Brilliance (BBA – BMW Brilliance Automotive), gegründet 2003
Produktionsstandorte: Dadong (eröffnet 2004), Tiexi (2012), Motorenwerk Shenyang (2012)
Händler in China: 382 BMW- und 87 Mini-Händler
In China produzierte Modelle: BMW 3er-Limousine, BMW 3er-Langversion, BMW 5er-Limousine Langversion, BMW X1
Lokale Produktion 2012: 150 000 Autos (2011: 98 200)
Lokalisierungsrate[1]: 40 Prozent
Absatzentwicklung 2012*: 326 444 (+40,4 %)
Absatzentwicklung 1. HJ 2013*: 182 800 (+15 %)
Marktanteil in China: 1,1 Prozent
China-Anteil an weltweiten Verkäufen: 17,7 %
* BMW Group ohne Rolls-Royce und BMW Motorrad

[1] Die Lokalisierungsrate gibt den Anteil der aus China stammenden Komponenten eines in China produzierten Autos an. Bei BMW stammen z. B. 40 Prozent der Teile aus China, 60 Prozent werden aus Deutschland zugeliefert.
Quelle aller Infokästen: Webseiten/Geschäftsberichte der Hersteller, CAR Uni Duisburg-Essen

Woche ein bis zwei Züge mit jeweils 40 Containern das Logistikzentrum für BMW in Leipzig. Nur 18 bis 21 Tage später treffen sie im nordostchinesischen Shenyang, in den BMW-Werken Tiexi oder Dadong, ein.

In Tiexi rollt alle zwei Minuten ein BMW X1, eine 3er- oder 5er-Limousine vom Band. Die meisten der Autos sind schon verkauft, der Kunde wartet. Trotz Zweischichtbetrieb manchmal mehrere Monate. Einige Autos sind – für das westliche Auge gewöhnungsbedürftig – orange. Eine Farbe, die speziell für den chinesischen Markt eingeführt wurde. Der Großteil ist allerdings weiß lackiert, die derzeitige Lieblingsautofarbe der Chinesen. Die BMW-Limousinen werden hier auch als elf Zentimeter längere Luxusversion gebaut, mit mehr Platz im hinteren Fußbereich. Denn reiche Chinesen lassen sich gern fahren.

Das Werk Tiexi ist das derzeit neueste in China, 2012 wurde es eröffnet. Über den Fertigungsstraßen fluten Luft und Helligkeit durch Dachfenster. Eine optimale Mischung aus natürlichem und künstlichem Licht sorgt dafür, dass die Mitarbeiter bei den Qualitätskontrollen, die nach jedem Arbeitsschritt erfolgen, selbst ein im Metall eingeschlossenes Haar oder kleinste Kratzer im Lack sofort erkennen. Auf 60 Sekunden pro Arbeitsschritt ist die Fertigungsstraße getaktet.

Transportweg Im Hafen von Tianjin überwacht ein Arbeiter das Verladen der aus Europa eingetroffenen Container auf Lkw (links), während am Terminal nebenan in Stoff verpackte Audis (Mitte) darauf warten, gemeinsam mit anderen Luxusautos in Peking (rechts) glänzen zu dürfen

Interview Jörg Wuttke, Wirtschaftsberater der OECD

„Der Preis ist egal, wann wird der Porsche geliefert?“

Jörg Wuttke (54) ist Wirtschaftsberater der OECD und ehemaliger Handelskammerpräsident in China. Im Interview spricht er über Funktionäre, die Luxusschlitten fahren, politische Kampagnen gegen deutsche Autohersteller und gibt einen kritischen Ausblick auf das chinesische Wirtschaftswachstum

€uro: ***Herr Wuttke, ich habe mich mit dem Taxi über eine Stunde durch den Pekinger Stau gequält, um zu Ihrem Büro zu kommen. Die Stadt befindet sich im ständigen Verkehrskollaps. Dennoch planen die deutschen Autohersteller weitere Verkaufsrekorde. Wo soll das enden?***

Jörg Wuttke: Peking und Shanghai haben bereits auf die Problematik reagiert. In Peking muss man Lotto spielen, um ein Kennzeichen zu erhalten und ein Auto kaufen zu dürfen. Oder gute Beziehungen haben. Neulich kam heraus, dass der Sohn eines Lotterieangestellten 40 Nummernschilder gewonnen hat. In Shanghai muss man das Kennzeichen ersteigern – für umgerechnet bis zu 12 000 Euro.

Heißt das, die deutschen Hersteller können ihre avisierten Verkaufszahlen gar nicht schaffen?

Acht Großstädte sind gerade dem Beispiel von Shanghai und Peking gefolgt. Experten gehen davon aus, dass dies den Autoverkauf chinaweit um zwei Prozent, etwa 400 000 Autos, senkt. In Peking gingen die Neuzulassungen um 56 Prozent zurück. Weitere Restriktionen könnten dazu führen, dass der Automarkt nur noch einstellig wächst. Der Staustress in Peking spiegelt aber nicht die Situation im ganzen Land. Es gibt Orte, wo es kaum Autos gibt. Daher auch das Engagement der Hersteller in kleinen und mittleren Städten. Ganz sicher aber ist: 40 oder auch 20 Prozent Wachstum wird es nie mehr geben.

Finden die Chinesen es ungerecht, dass nur derjenige ein Auto kaufen kann, der genug Geld hat, um auch noch ein Kennzeichen zu ersteigern?

In Shanghai haben die Politiker ihre Entscheidung richtig gut kommuniziert. Sie haben den Leuten gesagt, dass die Reichen für ein Auto ordentlich zahlen müssen und das Geld dann dafür in ein besseres öffentliches Verkehrssystem investiert wird. Die Botschaft lautet: Lasst die reichen Macker mit ihren dicken Autos doch im Stau stehen, wir sorgen dafür, dass alle anderen gut zur Arbeit, zum Abendessen, zum Shoppen kommen.

Wo parken eigentlich die ganzen Autos, man sieht kaum Parkplätze?

Es gibt auch kaum welche. Auch das ist kalkuliert. Ein Garagenplatz in unserem Bürogebäude kostet pro Monat 245 Euro. Parkhäuser sind daher gerade das größte Investmentmodell. In China ist der Kauf von Wohnungen limitiert, also investieren Chinesen jetzt in Parkplätze, um ihr Geld anzulegen.

Die deutschen Hersteller bauen ihre Vor-Ort-Produktion in China stetig aus. Ist das auch politisch getrieben?

Die Chinesen zwingen deutsche Hersteller, lokal zu produzieren, heißt es immer. Tatsächlich ist Lokalisierung aber kommerziell getrieben. Jeder Hersteller will günstig produzieren. Und Kosten werden oft gespart, indem man lokalisiert, Zulieferer und Materialien vor Ort findet, einheimische Mitarbeiter anstellt. Hohe Einfuhrzölle, Logistik- und Lohnkosten werden so gespart.

Die aktuelle Go-West-Strategie der Hersteller hat aber nichts mit Kostenersparnissen zu tun, oder?

Nein, das ist von der Regierung so gewollt. VW muss ein Werk in der westchinesischen Wüstenprovinz Xinjiang bauen, damit sie dann auch in anderen Teilen Chinas die Produktion ausbauen dürfen. Ein Deal. Sehr langfristig gedacht kann das vielleicht interessant sein. Aber eine Fabrik mit einer Kapazität von nur 50 000 Autos zu bauen – das ist eher Porsche-Segment. Dennoch mache ich mir über politische Eingriffe weniger Sorgen.

Worüber machen Sie sich Sorgen?

Wenn das chinesische Wachstum weiter sinkt und vielleicht schon 2015 nur noch bei fünf Prozent liegt, wie soll dann der Markt angegangen werden? Ich bin besorgt über den hohen Verschuldungsgrad der chinesischen Firmen sowie der Lokalregierungen. Beides könnte eine Finanzkrise auslösen, die dann die Realwirtschaft drückt. Darüber hat man sich noch nie Gedanken gemacht, weil alle mit mindestens acht Prozent Wachstum planen. Aber Chinas Zeiten des gigantischen Wachstums sind vorbei. Man muss anfangen, aus der Frontscheibe zu blicken und nicht mehr nur in den Rückspiegel.

Bei den Autobauern in China herrscht trotz allem Hochstimmung.

Das stimmt. Und alle Autohersteller in China werden ihre Produktion auch nochmals steigern, da sie glauben, dass ihre Produkte schon gekauft werden. Eine Misskalkulation, die sicher zu Überkapazitäten und Marktbereinigung führen wird. Von der werden die Ausländer aber kaum betroffen sein, da sie eher im oberen Segment produzieren. Treffen wird das lokale Hersteller. Dort gibt es bereits Preiskämpfe.

Die deutschen Autobauer importieren viele ihrer Teile noch immer aus der Heimat. Warum ist das nötig?

Teilelogistik gehört zum Geschäft. Die meisten deutschen Autos, die hier produziert werden, haben mindestens noch 30 bis 50 Prozent Importanteil von Zulieferern oder der eigenen Firma. Wenn etwa Motor- oder Sicherheitsteile importiert werden, gibt es diese meist nur bei zwei, drei Herstellern, die keiner kennt, die aber 90 Prozent des Marktanteils in ihrem Bereich haben. Beispielsweise versorgt dann Schwäbisch Hall die Welt mit Handbremsen oder einer bestimmten Schraube. Diese Hersteller kann man nicht zwingen, nach China zu ziehen.

Also wird man diese Teile auch in Zukunft weiter importieren?

Solange das wirtschaftlicher ist, ja. Man muss auch bedenken, dass Frachtkosten von Europa nach China superbillig sind. Eine Flasche Evian-Wasser von der Quelle nach Marseille zu bringen, kostet genauso viel, wie die Flasche bis Shanghai zu schippern.

Der Import von ganzen Autos ist hingegen sehr teuer, dennoch tun dies viele deutsche Hersteller immer noch.

Das gilt hauptsächlich für das Luxussegment. Bei so exklusiven Produkten ist die Kommerzialisierung so gut, dass ein Import weiter lohnt. Von Luxusautos wird oft nur eine geringe Stückzahl produziert. Die Importkosten werden dann an die Kunden weitergegeben, denn wer diese Autos in China kauft, fragt nicht nach dem Preis. Der will nur wissen, wann das Auto geliefert wird. Beim Porsche Panamera gab es zum Beispiel Wartezeiten von 18 Monaten.

Wie hoch sind die Kosten, die auf Importautos aufgeschlagen werden?

Alles in allem kommen bei einigen Luxusautos noch 100 oder 120 Prozent an Zöllen und Steuern auf den eigentlichen Kaufpreis obendrauf.

Um Luxusautos geht es auch bei der aktuellen Antikorruptionskampagne der Regierung. Entscheidungsträgern ist es nun untersagt, teure Wagen zu fahren. War das Verbot nötig?

Die Kampagne hat bereits zu einer Veränderung des Verkehrsbildes geführt. Ich merke das in unserem Wohngebiet. Dort leben viele Topmilitärs, die bislang Audi A8, Bentley oder Rolls-Royce mit Armeekennzeichen gefahren haben. Jetzt fahren sie Mittelklasseautos mit blauen, also privaten Schildern. Man muss sich nur mal vorstellen, in Deutschland würde die Bundeswehr mit der S-Klasse herumfahren. Undenkbar! In China war das bisher normal.

Volkswagen und auch BMW haben in den vergangenen Monaten in China große Rückrufaktionen gestartet. Reagieren die Hersteller hier schneller als in anderen Märkten, in denen sie nicht so unter Beobachtung stehen?

Die Rückrufaktionen beruhen auf Fakten, das passiert überall. Aber bei Ausländern wird tatsächlich stärker hingeschaut. Von Rückrufaktionen von Chery oder Geely hört man dagegen kaum.

Riecht nach politischer Kampagne …

… für die sich aber die Bevölkerung nicht interessiert. Die Leute wissen um die Qualität deutscher Autos, wie gut sie selbst nach zehn Jahren noch sind. Die Geruchskampagne, wie sie Audi, BMW und Mercedes erlebt haben – 2013 wurde in China gegen deutsche Hersteller wegen angeblich krebserregender Gerüche im Wageninneren erfolglos ermittelt –, ist ein Beispiel für irregeleitete Propaganda. Die Ausländer sollen in die Schranken gewiesen werden. Am Markt geht das aber spurlos vorbei.

FOTOS: N. BEHRING/WIRTSCHAFTSWOCHE, JAMESFISCHER/FLICKR.COM

2012 wurden 63 Millionen Autos weltweit produziert, davon 15,5 Millionen in China, 5,4 Millionen in Deutschland.

Projektionsfläche Beim BMW-Händler in Peking hat Li Yan sich gerade ihr drittes Auto gekauft (o.). Im Werk Tiexi kontrolliert eine Mitarbeiterin eine BMW-Karosserie (r.)

Quelle: Verband der Automobilindustrie (VDA), Studien der Beratungsfirmen PwC (Logistikmarkt in China, All-inclusive), KPMG (On the move in China), McKinsey (Upward Mobility: The Future of China's Premium Car Market), World Shipping Council, World Trade Organization, Europäische Kommission, Statista, World Bank, CAR Uni Duisburg-Essen, Websites von: Daimler, BMW, Volkswagen, Audi

Dennoch kommt keine Hektik auf. Fast schick, in schwarze Hemden und Hosen gekleidet, wird geschraubt, geprüft und poliert. 20 Stunden am Tag putzt ein Reinigungsteam das Werk. Blitzblank sind die Hallen. Nicht mal ein Tropfen Öl ist auf dem Fußboden zu finden. Außer leisen Stimmen und einem fast fern klingenden Rauschen ist nichts zu hören. Und das, obwohl hier mit einer Presskraft von 2000 Tonnen gerade Kotflügel aus 3,5 Kilometer langen Stahlrollen gestampft werden – allerdings hinter dicken Schutzscheiben. Die Stahlrollen kommen, wie auch die meisten Kleinteile, von Zulieferern in Peking und Shanghai. Komponenten, die importiert werden, reisen per Zug oder über den Seeweg nach China. 2013 lassen sich die Münchner etwa 40 000 Standardcontainer per Schiff – unter anderem von Bremerhaven mit Maersk – nach Shenyang liefern. Zur Versorgung der BMW-Händler mit Ersatzteilen werden die Lager in Peking, Shanghai und Foshan zusätzlich mit dem Inhalt von 13 000 Containern gefüllt.

VW: Hier kaufen die Massen

4000 Menschen arbeiten in Tiexi, davon rund 200 Deutsche. Unterstützt werden sie von 355 Robotern. Das günstigste Auto, das sie hier produzieren, ist der X1 mit Grundausstattung. Kosten: rund 31 000 Euro. Die teuerste 3er-Limousine (Langversion) kostet fast 71 000 Euro.

Kaufen kann man sie zum Beispiel in Chinas Hauptstadt. Fast zwei Stunden dauert die Fahrt aus der Innenstadt zum BMW-Flagship-Store im Norden Pekings – durch versmogte Prachtstraßen, vorbei an Shopping Malls, Wohngebieten, Werkstätten hinter Wellblechtoren. Alles im Stop-and-go-Tempo. Und plötzlich, mitten im Nirgendwo, steht man vor einem Glaspalast, gefüllt mit Luxusschlitten. „Von hier aus ist man schnell auf Straßen, auf denen man Probefahrten machen kann, ohne im Stau zu stehen“, erklärt Manager Calvin Zhao den Standort. 200 Autos verkauft er pro Monat. Das teuerste, ein BMW 750Li Hybrid, kostet mit allerlei Extras 300 000 Euro. Seine Kunden – im Schnitt 25 bis 40 Jahre alt, Einkommen 3600 bis 6000 Euro im Monat, 50 Prozent Frauen – brauchen meist drei bis sechs Monate, bis sie sich für ein Auto entscheiden. 40 Prozent leihen sich das Geld bei einem Zinssatz von 1,9 Prozent und einer Anzahlung von 30 Prozent vom BMW Financial Service. Preisnachlässe bis zu 1200 Euro sind drin, besonders gute Kunden werden zu Fahr-Events nach Europa eingeladen. Die Zeiten, wo chinesische Autokäufer mit einer Sporttasche voll Bargeld zum Händler kamen, sind vorbei.

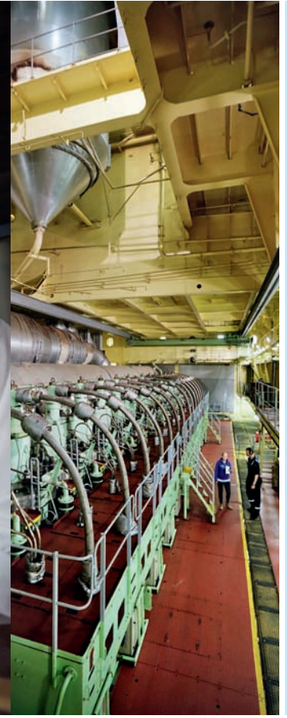
An der langen weißen Bar gibt es Snacks, Drinks und mittags auch Lunch. Massagesessel, helle Ledersofas, Flachbildschirme, Weite. Alles erinnert an die First-Class-Lounge einer Airline. Viele Kunden, wie die Investmentmanagerin Li Yan, kommen mit der ganzen Familie, um sich ein Modell auszusuchen. „Es sollte ein Auto nur für mich sein“, sagt sie, „also habe ich mich von meinem Mann und meinen Eltern beraten lassen, welcher Wagen zu mir passt.“ Die Entscheidung fiel nach 40 Minuten: ein BMW 640 für 120 000 Euro. Der dritte Wagen der Lis. Zu Businessterminen fahren sie einen Jaguar, bei Familienausflügen mit der Tochter einen Dodge SUV. Bezahlt hat Frau Li mit ihrer Kreditkarte. Sparen, wie das Ehepaar Wang, das sich mit dem Kauf eines lokal produzierten Volkswagen Sagitar einen Lebenstraum erfüllt, musste sie nicht. „Dazhong qiche“ heißt Volkswagen auf Chinesisch – Auto der großen Masse. Eine sinngemäße Übersetzung. Und die reine Wahrheit. Kein Hersteller verkauft in China mehr Pkw, keiner hat einen höheren Anteil an lokal produzierten Autos und Teilen (siehe Kasten Seite 32). Lediglich zehn Prozent der Komponenten importiert VW. Die Autos sind mit Preisen von rund 10 000 bis 36 000 Euro auch für Chinesen der Mittelschicht, zu der die Wangs gehören, bezahlbar. „Volkswagen ist am längsten in China“, sagt Frau Wang, „wir vertrauen der Marke.“

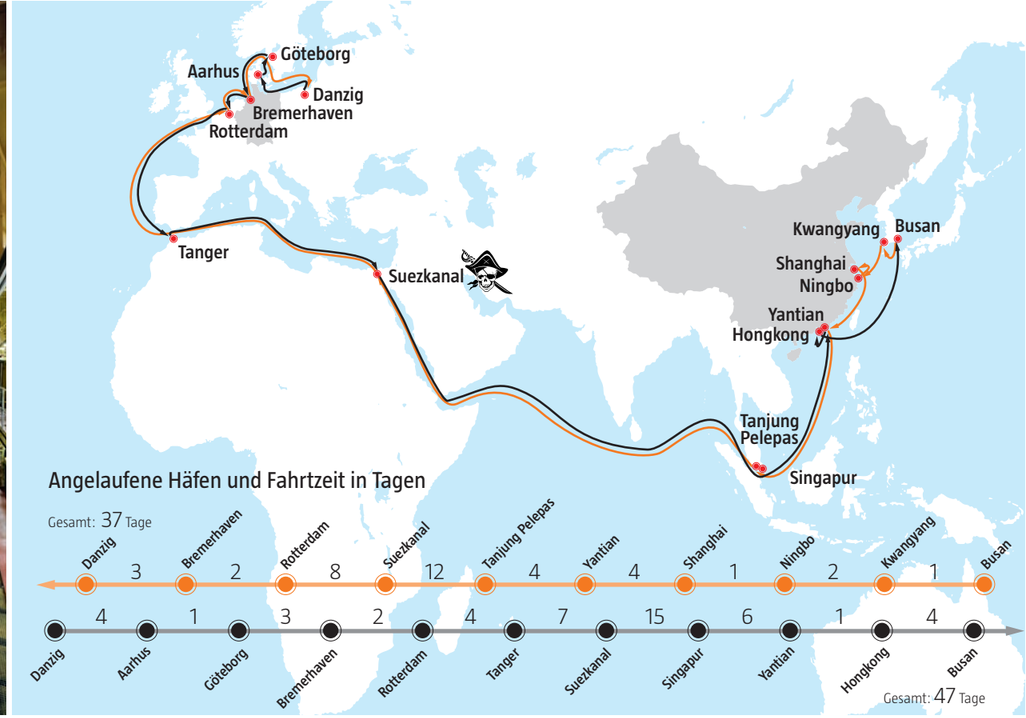
Seit 2000 hat sich der Automarkt in China verzwanzigfacht – von 614 000 Pkw auf über 13,2 Millionen 2012. Im ersten Halbjahr dieses Jahres wurden rund 7,74 Millionen Pkw verkauft, nur 50 000 weniger als in den USA, dem damit derzeit größten Markt. Bis 2020 soll der chinesische Automarkt um jährlich sechs bis acht Prozent wachsen, das Premiumsegment um zwölf Prozent. Mit einem Marktanteil von 22 Prozent werden die deutschen Hersteller davon auch weiterhin profitieren.

In den ersten sechs Monaten 2013 verkauften sie rund 1,7 Millionen Autos an chinesische Kunden. In Deutschland setzten sie im gleichen Zeitraum knapp 1,1 Millionen Pkw ab.

Im VW-Autohaus in Peking bekommt man eine Ahnung vom chinesischen Autoboom. 54 Stapel mit Visitenkarten verschiedener Verkäufer liegen am Eingangstresen aus. Tatsächlich sind – vor allem für einen Mittwochnachmittag – extrem viele Kunden da, die beraten werden wollen. Laut wird man beim Betreten mit einem „Willkommen!“ begrüßt. Manager Shu Zi Wei möchte, dass sich auch „normale Leute“ hier wohlfühlen. Erdnüsse, Kunstledersessel, Plastikblumen, eine Spielecke für Kinder. Durch bodentiefe Fenster blickt man in die angeschlossene VW-Werkstatt und kann dabei zusehen, wie das eigene Auto repariert wird.

Das Ehepaar Wang hat gerade den Kaufvertrag unterschrieben und bezahlt. Der silberne Sagitar gehört ihnen, nach zwei Jahren. Endlich. „Wir freuen uns so“, sagt Herr Wang und strahlt seine Frau an, „ein Auto made in Germany!“.





Seemannsgarn **Auf großer Fahrt mit der Elly Maersk**

Meuterei, Piraten und der ganz normale Schiffsalltag

Schiffsmeldungen Kapitän Jensen auf der Brücke der Elly Maersk, Smutje Hansen in der Bordküche, der Taikung-Kapitän mit €uro-Reporterin Daniela Meyer, Maschinenraum der Elly Maersk, die Asien-Route der Maersk-Schiffe (v. l. n. r.)

Die schlimmste Krise, die Smutje Allan Mandrup Hansen auf der Elly Maersk je erlebt hat, war der Tag, an dem die Nutella ausging. „Es gab fast eine Meuterei“, erzählt der 60-jährige Däne, der schon seit 1968 zur See fährt. Einen Monat musste die Besatzung ohne Nussnougatcreme auskommen. Seither packt er immer ein paar Gläser extra ein – fast 40 hat er im Vorratsraum neben der Küche deponiert. „Drei Monate auf einem Schiff, abgeschnitten von der Welt“, sagt er, „da kann es frustrieren, wenn man sein Lieblingsfrühstück nicht kriegt.“ Die Mahlzeiten seien für die Männer ein Highlight. Tatsächlich baut Hansen dreimal täglich ein ganzes Büfett auf. Immer gibt es Fisch und Fleisch, Knäckebrot für die Dänen, Gemüse für einen Vegetarier unter den Seeleuten, zum Nachtisch Eis und Kuchen. Für die asiatischen Crewmitglieder hat Hansen 200 Kilogramm Reis dabei, für die Europäer 250 Kilogramm Kartoffeln. 2160 Eier und 250 Joghurts lagern im begehbaren Kühlschrank. Acht Dollar darf er im Schnitt pro Mann und Tag für Lebensmittel ausgeben.
Man könnte meinen, es ginge rüde zu auf einem Containerschiff. Ölverschmierte Arbeiter, Schimpfwörter, fehlende Tischmanieren. Doch nichts dergleichen. Die Arbeiter stülpen Schonbezüge über die Stühle, bevor sie sich zum Essen setzen, Kapitän Kjeld Jensen erzählt von seinem Sohn, ein anderer vom letzten Landgang, bei dem er eine Ausstellung besuchte. Arbeit und Freizeit wechseln – wenn man auf einem Containerschiff anheuert – in großen Blöcken. 12 Wochen auf See, 12 Wochen bei der Familie. Jensen gefällt das: „So kann ich mich optimal auf beides konzentrieren“, sagt er. Mit seinen 38 Jahren ist der Däne einer der jüngsten Kapitäne der Reederei Maersk. Seit 20 Jahren fährt er schon zur See – wie sein Großvater. Auf der Brücke, in 55 Metern Höhe, trägt er statt Uniform lieber Jeans und Turnschuhe.

„Start the engines!“ Der erste Offizier drückt auf einen klitzekleinen Knopf, der ein sonores Brummen auslöst. Ein Geräusch tief im Bauch der Elly, das man von den Fußsohlen bis in die Haarspitzen spürt. „Leinen los!“ Zwei Schlepper ziehen die Elly aus der Lücke zwischen zwei Containerschiffen – nach und nach, immer die Strömung im Blick. Über Funkgeräte sind sie mit der Brücke verbunden.
Ruhe, Konzentration – alle Anweisungen werden achtsam, fast leise gegeben. Kapitän Jensen strahlt Gelassenheit aus, als er das 397 Meter lange und 56 Meter breite Schiff aus dem plötzlich schmal wirkenden Hafenbecken navigiert. Nicht das Schiff, die Kaimauer von Bremerhaven scheint wegzufahren. Sehr schnell wird sie kleiner, obwohl die Elly fast reglos im Wasser liegt. Für kurze Zeit tanzen die Hafenlichter noch auf den Wellen, dann hat die Nacht das Schiff verschluckt. Rot flackern Lämpchen rund um das Steuerrad des Ozeanriesen, das nicht größer ist, als der Lenker eines Bobby-Cars für Kinder. Der Radar wirft grünes Licht auf die Gesichter der Offiziere.
Unter Deck im Maschinenraum dröhnt der größte Dieselmotor der Welt – 27,4 Meter lang, 13,5 Meter hoch – mit einer Lautstärke von 120 Dezibel. In einem Festzelt sind 85 erlaubt. Heiß ist es hier. Die Luft stickig, klebrig. An den Metallgeländern der steilen Treppen, die immer tiefer unter die Wasseroberfläche führen, verbrennt man sich fast die Finger. Ein stählernes Gewölbe, in dessen Mitte eine 140 Meter lange Antriebswelle rasend schnell die Schiffsschraube dreht. Trotz Maschinen, Rohren, Kabeln – kein bisschen Dreck. Weder Öl noch Ruß. Man bekommt eine Ahnung, womit die Seeleute einen Großteil ihrer Zeit verbringen: putzen. Auch die Kajüten sind blitzblank. Mini-Duschbad, schmales Bett, Schrank, Schreibtisch. Helles Holz, blauer Teppich. Ausblick aus dem Bullauge: Hunderte Container, dahinter Weite, gelegentlich ein anderes Schiff.
Wie ein zufriedenes Baby in der Wiege, schläft man im Bauch der Elly. Leises Brummen, regelmäßiges Stampfen des Motors von fern. Bum, bum, bum …
Ich fahre mit bis Rotterdam. Weiter darf ich nicht. Die folgende Fahrt durch den Suezkanal ist zu gefährlich. 30 Stunden braucht die Elly, um ihn zu passieren, fünf Tage durch die Gefahrenzone, den Golf von Aden, vorbei an Somalia. Immer wieder kommt es dort zu Piratenüberfällen. Zwei Tage darf die Crew nun nicht an Deck. Wasserwerfer werden aufgestellt, um sich nähernde Boote notfalls abzuwehren.
In China, im Hafen von Tianjin, treffe ich einige Wochen später Anant Kumar Bansal, Kapitän der Maersk Taikung. Auch er fährt mit seinem Containerschiff die Europa-Asien-Route. Um an Bord zu kommen, muss man eine fast senkrechte Metalltreppe mit 80 Stufen erklimmen. Oben sieht es für den Laien genauso aus wie auf der Elly. Lange Gänge mit hellem Linoleumboden, Fitness- und Aufenthaltsraum mit Büchern und DVDs, ein Bordkrankenhaus. Oft habe er schon Platzwunden oder Schnitte genäht, erzählt Bansal. Schlimmeres sei aber nie passiert. Bis auf dieses eine Mal, als das Schiff, auf dem er ebenfalls Kapitän war, gesunken sei. „Das war kein Maersk-Schiff“, betont er. Ein viel kleineres Modell. Ein heftiger Sturm, ein Leck. Wasser im Maschinenraum. „Wir haben ein Notsignal abgegeben, dann mussten wir an Deck“, erzählt der Inder, „ich dachte, wir würden alle sterben.“ Ist aber niemand. Alle 22 Crewmitglieder überlebten durch einen Sprung ins eisige Wasser. Nacheinander, damit der Rettungshubschrauber sie einsammeln konnte. Bansal ging zuletzt von Bord, eine große Überwindung sei das gewesen. Auch für mich macht diese Geschichte den Abschied von der Seefahrt leichter. Am Ende bin ich doch froh, wieder festen Boden unter den Füßen zu haben. Ahoi!