

Werner Keltscha über den Messeherbst in China

„Es herrschte eine deprimierende Stimmung“

Die 104. Ausgabe der Canton Fair (15. Oktober bis 6. November 2008, CN-Guangzhou) stand unter keinem guten Stern. Die Weltwirtschaftskrise hinterließ ihre Spuren. Teilnehmer und Veranstalter berichten über massive Einbrüche bei Besucher- und Ausstellerzahlen. Viele Europäer sind gar nicht erst nach Fernost geflogen. China-Experte Werner Keltscha, Multigate, schildert im Gespräch mit den WA Nachrichten seine Impressionen von den Herbstmessen der Werbeartikelhersteller in China und beleuchtet die derzeitige Lage in den fernöstlichen Produktionsmärkten.



Herr Keltscha, Sie fahren seit rund 30 Jahren jedes Jahr nach China. Welche Impressionen nehmen Sie von den diesjährigen Herbstmessen mit nach Österreich?

Keltscha: Schon im Flieger war es eigenartig. Im Mai gab es für diesen Flug in Business und Economy Class keine Plätze mehr zu buchen. Tatsache war aber, dass das Flugzeug halb leer war. Das heißt, viele haben kurzfristig ihre Reise storniert. Auf der China Sourcing Fair: Gifts & Home Products am Flughafen in Hong Kong habe ich zunächst gedacht, ich hätte mich im Termin geirrt. Ich stand allein in der Eingangshalle, die sonst mit Menschen übervoll ist. Leere Gänge, leere Hotels, leere Restaurants – für unsere chinesischen Lieferantenpartner war der Messeherbst eine Katastrophe. Einer von ihnen hatte während der Canton Fair ganze vier Kontakte. Dementsprechend herrschte allgemein eine deprimierende Stimmung.

Schon im Vorfeld hatten die Organisatoren der Canton Fair aufgrund der Weltwirtschaftskrise mit Rückgängen vor allem aus den USA gerechnet. War der Einbruch stärker als erwartet?

Keltscha: Während der zweiten Phase der Canton Fair gab es offizielle Verlautbarun-

gen, die den Rückgang in der ersten Phase auf 50% bezifferten. Man kann davon ausgehen, dass die Statistik noch deutlich geschönt ist, 70 bis 80% Rückgang dürften realistisch sein. Dass die Stimmung innerhalb von drei Monaten derart kippen kann, das hatte ich so nicht erwartet. Es fehlten ja beileibe nicht nur die Amerikaner. Auch sehr viele europäische Marktplayer waren nicht vor Ort, das hat man auf den Events gesehen, die rund um die Messen veranstaltet werden. Professionelle Importeure mit Lagerhaltung haben die Messetermine natürlich wahrgenommen, um ihr Kataloggeschäft voranzutreiben. Aber die Werbeartikelhändler, die fürs Streckengeschäft in China ordern, haben diesen Termin fast alle ausgelassen.

Was waren Ihrer Meinung nach die Gründe für das Ausbleiben vieler internationaler Einkäufer?

Keltscha: Zwei der am häufigsten genannten Gründe waren: „Wir wollen Geld sparen“ oder „Wir wollen uns auf den Verkauf in Europa konzentrieren“. Aber da kann ich nur den Kopf schütteln. Die Personen, die in China einkaufen, sind in der Regel nicht gleichzeitig für den Verkauf zuständig. Fakt ist: Wer dieses Mal nicht da war, der hat wirklich eine große Chance verpasst, zu lernen. Wir haben viele Gespräche mit Chinesen geführt und konnten viel mehr in die Tiefe gehen, als das sonst der Fall ist. Das war sehr hilfreich, um den Markt besser verstehen, aber auch um die Ausrichtung des Anbieters und seine Erfolgsaussichten besser einschätzen zu können.

Erstmals wurde die Canton Fair in drei Phasen aufgeteilt. Kann dieser Versuch nach dem desaströsen Verlauf der 104. Veranstaltung als gescheitert betrachtet werden?

Keltscha: Das ist für die Organisatoren natürlich schwierig einzuschätzen, da diese Messe aufgrund der speziellen Situation sicherlich kein Maßstab ist. Aber es gab ja

schon vorher viele Stimmen, die die Aufteilung in drei Phasen zu Recht kritisierten. Man kann von den Ausstellern nicht erwarten, alle drei Phasen zu bestreiten, und für die Besucher wird der Aufenthalt in China dann einfach zu lang – man muss sich entscheiden, welche Messeschwerpunkte für einen am wichtigsten sind. Die Strukturierung mit zwei Phasen war nicht schlecht. Ich hoffe, dass die Vernunft siegt und man sich wieder für das alte Modell entscheidet.

Die Canton Fair gilt allgemein als Indikator für die konjunkturelle Stimmung in China. Wie ist es derzeit um die Wirtschaft im Reich der Mitte bestellt?

Keltscha: Es kommen mehrere wichtige Faktoren zusammen. Die Weltwirtschaftskrise zieht einen Auftragsrückgang nach sich, gleichzeitig ist die Kapitaldecke der meisten chinesischen Firmen sehr gering, das heißt, sie brauchen eine volle Auslastung, um überleben zu können. Die veränderten Arbeitsgesetze ziehen eine Mitarbeiterfluktuation nach sich und zwingen die Unternehmen dazu, Rückstellungen für kündigende Arbeiter leisten zu müssen. Das alles führt zu einem Fabrikensterben. Es gibt keine offizielle Statistik, wie viele Unternehmen es in der Provinz Guangdong etwa gibt, aber Insider rechnen damit, dass allein hier 15.000 bis 20.000 Fabriken stillgelegt worden sind oder werden. U.a. hat der weltweit größte Spielwarenhersteller seine Pforten geschlossen. Die Insolvenzen betreffen nicht nur den Süden, sondern auch den Norden Chinas, denn die Wanderarbeiter aus dem Norden finden nun im Süden keine Jobs mehr. Insgesamt also eine sehr komplexe Situation.

Wie reagiert die Regierung?

Keltscha: Es gehen Gerüchte, dass die Arbeitsgesetze wieder modifiziert werden. Vor allem aber wurde die Exportstütze wieder eingeführt. Seit dem 1. November werden Chinas Exporte wieder je nach Produktgruppe mit Werten von 3 bis 11 %

bezuschusst. Ich bin überrascht, wie viele europäische Importeure das anscheinend noch nicht mitbekommen haben. Die asiatischen Produzenten haben viele vor dem 1. November abgeschlossene Aufträge auf die Zeit nach November aufgeschoben, um die Subvention einkassieren zu können. Das bietet Importeuren natürlich die Chance zu Preisnachverhandlungen. Gerade in Zeiten eines wieder erstarkenden Dollars eine günstige Gelegenheit, um auf diese Weise für einen Ausgleich zu sorgen.

Wie ist die Stimmung bei den Produzenten selbst?

Keltscha: Insgesamt sehr nervös. Als europäischer Einkäufer wird man derzeit mit Anfragen bombardiert. Die Chinesen brauchen Aufträge und sind geneigt, jeden Preis zu akzeptieren. Das ist natürlich eine sehr gefährliche Entwicklung, weil bei Preisen, die eine bestimmte Schwelle unterschreiten, die nötige Qualität einfach nicht mehr gewährleistet ist.

Kann diese Entwicklung auch dazu beitragen, die Angst des Verbrauchers vor fehlerhaften „made in China“-Produkten zu vergrößern?

Keltscha: Ich glaube nicht. Der Konsument ist Realist. Und er weiß, dass die Provenienz

eines Artikels keine Aussage darüber zulässt, ob er gut oder schlecht ist. Man sollte den Konsumenten nicht unterschätzen. Auch im Domestic-Markt Chinas etabliert sich nicht zuletzt nach den Skandalen um die verseuchten Lebensmittel ein gestiegenes Preisbewusstsein. Die Auftragsrückentwicklung wird eine Marktberreinigung nach sich ziehen. Wer sich darauf konzentriert, andere Produkte möglichst billig nachzubauen, wird sterben, langfristig haben diejenigen die besten Chancen, die den Trend erkannt haben und eigene Designs entwickeln, um sie selbst zu produzieren. Wichtig zum Überleben sind in jedem Fall Qualitätsprodukte und eine gute Kapitaldecke.

Über die viele chinesische Lieferanten jedoch nicht verfügen ...

Keltscha: Die Chinesen beginnen, sich mittlerweile gegenseitig zu misstrauen. War es bislang üblich, sich Geld zu leihen, ist man darin viel vorsichtiger geworden, aus Angst, das Geld zu verlieren. Bislang war es für europäische Unternehmen üblich, Geschäfte mit gut eingeführten Produzenten auf 30% Deposit-Basis über die Bühne gehen zu lassen. Geht das chinesische Unternehmen jedoch in die Insolvenz, sind die 30% Anzahlung in den Sand gesetzt. Man muss daher sehr genau wissen, wem man vertrauen

kann. Dazu braucht man Kenntnis über die Geschäftsaktivitäten des Partners. Wer viel in den Retailbereich in die USA verkauft, ist in den jetzigen Zeiten sicherlich eher ein Wackelkandidat. Importeure werden zukünftig verstärkt mit 100% Akkreditiven operieren müssen. Das belastet natürlich die Kreditlinie bei den Banken und ist daher nur mit der nötigen Kapitaldecke möglich. Insofern wird sich die Marktberreinigung, die in Asien bereits stattgefunden hat, auch weiter nach Europa verlagern.

Drängt sich vor dem Hintergrund der Entwicklung in China nicht erneut die Frage nach alternativen Produktionsstandorten auf?

Keltscha: Absolut. Wobei das vor allem Indien oder Vietnam sein könnten. Andererseits sind Produktionsmärkte auch nicht so schnell veränderbar, allein die rechtliche Sicherheit z.B. ist für ausländische Investoren in Indien problematisch. Ich glaube sogar, dass die derzeitige Entwicklung die Suche nach Alternativen eher bremsen wird. Die Lokomotive steht unter Dampf. Wer im Schützengraben liegt, hat nicht die Kraft und Zeit, sich um neue Standorte zu bemühen.

*Mit Werner Keltscha sprach
Dr. Mischa Delbrouck*