

ZUKUNFT MACHEN

Auf Speed

China-Experte Thomas Kiefer über die Gründe für den Boom in Südchina.

Neue Messen in China boomen. Es entstehen immer mehr internationale Messeplätze. Gleichzeitig entwickeln sich neue Ausstellungsformate, die weniger das Produkt und mehr die Anwendung komplexer Technologie zeigen. Beides ist Chance und Herausforderung: für die deutsche Messewirtschaft und für die deutsche Wirtschaft.

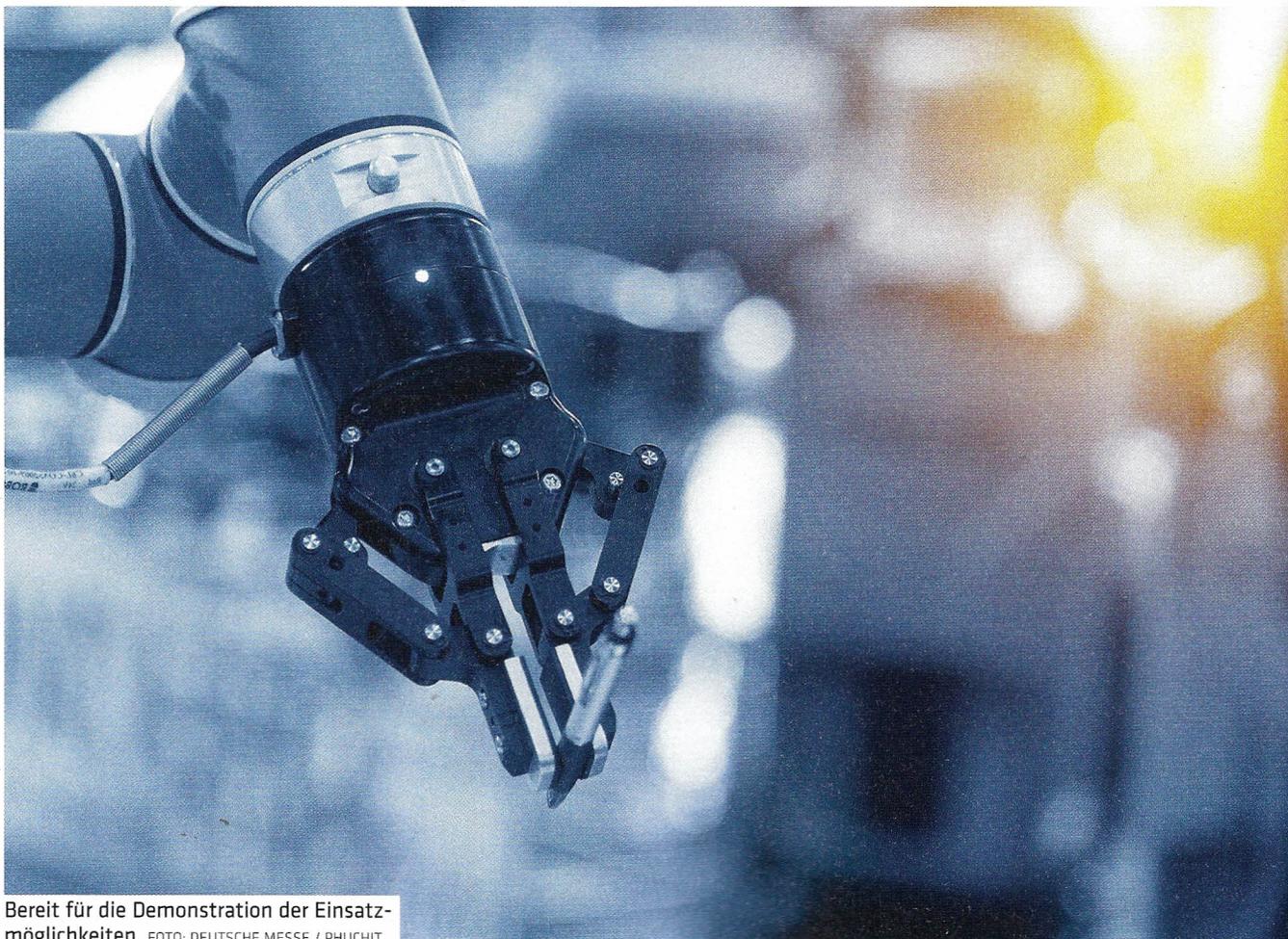
Herr Kiefer, Sie beobachten die deutsche Messeszene in China seit Jahren sehr genau. Nach Schanghai boomt der Süden Chinas. Gerade hat sich dort die Deutsche Messe mit der Laserfair verstärkt. Was passiert da?

Es heißt: Messen machen Märkte. Aber zurzeit ändert die Industrie ihre Grundstruktur vollkommen. Die Elektronik und die Informationstechnik kommen in der industriellen Fertigung an, was unter den Stichworten Digital Factory, Künstliche Intelligenz oder Industry 4.0 diskutiert wird. Die südchinesische Provinz Guangdong ist dabei weltweit der Vorreiter. Mit den Technologiemesen werden dort nicht nur neue Formate etabliert, sondern die Aussteller bekommen Wege aufgezeigt, wie sie in diese Zukunftsgeschäfte hineinkommen.

Wieso spielt sich dies in Südchina ab?

Südchina war die Fabrik der Welt mit Massenproduktion von Konsumgütern. Dort entwickelte sich der weltweit größte Standort für die Elektronikindustrie. Beides wächst dort jetzt zusammen, da Billigproduktion in Südchina wegen der stark gestiegenen Löhne nicht mehr möglich ist.

Guangdong hat jetzt auch eine der weltweit wohl spannendsten Start-up-Szenen. Und die Städte Südchinas wachsen zusammen zu einer Superstadt von 100 Millionen Einwohnern, die von der Provinzhauptstadt aus innerhalb einer Stunde erreichbar sind. Die Metrosysteme wachsen zusammen zu einem Netz von über 10.000 Kilometern. Dies alles führt dazu, dass die neuen elektronischen Technologien dort schneller in



Bereit für die Demonstration der Einsatzmöglichkeiten. FOTO: DEUTSCHE MESSE / PHUCHIT

praktische Produkte in der Wirtschaft eingesetzt werden als an jedem anderen Ort der Welt.

Von hier aus betrachtet liegt Shenzhen direkt neben Foshan, wo die Deutsche Messe vor zwei Jahren mit viel PR zusammen mit VW die Robotation Academy eröffnet hat, ein Pendant zu der Academy in Hannover. Worin unterscheiden sich die beiden Angebote?

Nun haben Shenzhen mit 13 Millionen Einwohnern und Foshan mit etwa acht Millionen Einwohnern durch ihre Größe, aber auch ihre besondere Wirtschaftsgeschichte eigene Potenziale. Shenzhen lebt durch Elektronik, und Foshan ist Standort großer Massenhersteller wie des weltgrößten Haushaltsgeräte-Herstellers Midea, der Kuka

übernahm. Midea hat als einer der ersten Konzerne der Welt eine voll digitalisierte Fabrik, die zukünftig mit Kuka an die vielen anderen Fertigungsfabriken Südchinas vermarktet werden soll. Um in diese großen Geschäfte mit integrierter Fabrikautomation hineinzukommen, ist es wichtig zu zeigen, wie die einzelnen Komponenten der verschiedenen Unternehmen im Zusammenspiel wirken. Insellösungen gibt es bereits viele, aber ein funktionierendes Gesamtsystem, wie es Midea bereits in der Praxis einsetzt, ist kaum zu finden.

Die Robotation Academy zeigt dieses Zusammenspiel nicht nur, sondern bietet Unternehmen, die ihre Produktion digitalisieren möchten, Schulungen an. Anschließend können Experten in den Unternehmen selbst recherchieren, wel-

25.000

Teilnehmer vom 10. bis 12. Oktober kamen zu der von Huawei ausgerichteten Veranstaltung Connect ins Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center nach Schanghai.

**In chinesischer Hand:
Der einst deutsche
Roboterhersteller
Kuka.** FOTO: DEUTSCHE
MESSE / THOMAS KOY





Eigenes Zentrum: So soll die Industriezone in Foshan werden.

FOTO: KIEFER

Thomas Kiefer ist Wirtschaftsjournalist mit Schwerpunkt Asien und berät zu Unternehmensansiedelungen. FOTO:

THOMAS KIEFER



che Technologie dort zum Einsatz kommt. Damit kann das Produkt einer Mitgliedsfirma dann in die Fabrik verkauft werden. Das funktioniert über einen einzelnen Messestand nicht mehr.

Aber Fachmessen, wie sie in Shenzhen stattfinden, gewinnen gleichzeitig eher noch an Bedeutung, da sich die Industrie rapide modernisiert und damit neue Märkte entstehen. In der Robotation Academy sind nur wenige Spitzenkonzerne, auf den Elektronikmessen dagegen hunderte oder tausende Firmen mit auch kleinsten Detaillösungen. Und in der Provinz sind die wichtigsten Industrien zu finden, wie beispielsweise auch Grundstoffe, Eisen und Stahl in der Sechs-Millionen-Stadt Jieyang im Osten von Guangdong. Auch diese Branchen werden umfassend umstrukturiert, modernisiert und nach ökologischen Kriterien ausgerichtet. Daher entstehen in Guangdong viele neue technologielastige Messeformate.

Kann eigentlich jedes Unternehmen Teil der Academy werden, oder ist das Angebot eher „konzentriert“?

Das Angebot ist und bleibt sicherlich konzentriert auf Robotertechnik und Systeme für Fabrikautomation. Bei den dort ausgestellten Technologien sind jedoch auch Zulieferungen anderer Unternehmen verbaut worden. Es werden Spitzentechnologie und die Schlüsselemente gezeigt und wie diese in einem Produktionssystem als Einheit zusammenarbeiten.

Wichtig sind da auch Forscher aus dem universitären Bereich, die sowohl Ideen einbringen, als auch die Technologien weiter in die Unternehmen tragen. Auf dem Gelände der Deutschen

Messe in Hannover befindet sich die erste Robotation Academy, die als Vorbild für die Foshaner Einrichtung diene. Am besten dürften sich Mitwirkungsmöglichkeiten vor Ort in der Academy sondieren lassen.

Habe ich mir das Angebot in China wie ein „Deutsches Haus“ in puncto Industrie 4.0 vorzustellen?

Die Robotation Academy setzt schon einen Schwerpunkt auf die technologischen Angebote deutscher Spitzenkonzerne. Aber diese Konzerne sind sicherlich mehr internationalisiert, als viele es wahrnehmen. Einige machen weitaus höheren Umsatz in China als in Deutschland. Doch auch davon profitiert Deutschland, beispielsweise durch Zulieferungen aus den Stammwerken in der Bundesrepublik. Englisch ist daher eher Umgangssprache, und bei Seminaren wird Chinesisch gesprochen.

Die Unternehmen erhalten vielfältige Unterstützungen der chinesischen Lokalregierung. Um die Academy ist ein chinesisch-deutscher Industriepark im Entstehen. Kuka baut dort zwei riesige Werkshallen und VW betreibt in Foshan Montagewerke. Es entsteht also nicht nur ein Haus, sondern ein deutscher Industriepark mit Technologiezentrum und Qualifizierungseinrichtungen, um auch die benötigten, aber knappen Fachkräfte heranzubilden.

Ihre Einschätzung: Ist Messe in China das richtige Format, Zukunft zu vermarkten?

Das ist in Foshan zu sehen. Dort liegt neben der Robotation Academy ein neues futuristisches Messengelände, in dem im Oktober die Fachmesse Internet+

” Fachmessen gewinnen eher noch an Bedeutung, da sich die Industrie rapide modernisiert und damit neue Märkte entstehen.

powered by Cebit stattfand. Solche Messen haben sicherlich eine gute Zukunft, weil sie über viele kleine Start-ups neue Ideen für die Wirtschaft einbringen. Gleichzeitig bieten sie auch den vielen mittelgroßen Unternehmen eine Plattform und werden von vielen Veranstaltungen und Symposien begleitet. Im digitalen Zeitalter dürfte die direkte menschliche Begegnung, die persönliche, auf Vertrauen aufbauende, Netzwerkbildung eher noch wichtiger werden. Doch Messen sind immer weniger Verkaufsveranstaltungen, sondern bereiten Geschäfte eher vor. Daher haben neue Formate aufbauend darauf eine gute Zukunft und ergänzen sich mit herkömmlichen Messen.

Wie erleben Sie Veranstaltungen in China? Was unterscheidet sie von deutschen?

Zunächst die Gigantomanie. China hat von der Einwohnerzahl her fast das Dreifache der EU. Mit Gangzhou, Schanghai und Beijing gibt es dort gleich drei Zentren, in denen mit den unzähligen Hochgeschwindigkeitszügen innerhalb einer Stunde jeweils über 100 Millionen Leute erreicht werden. So drängen morgens an

den Eingängen Menschenmassen zu den Messen. Spitzenentscheider sind weniger zu sehen als auf Messen in Deutschland. Aber die Besucher haben meist Fachkompetenz und beeinflussen künftige Geschäftsentscheidungen. Und auf Messen in China funktioniert oft vieles nicht so perfekt wie in Deutschland. Dies tut jedoch den Geschäften kaum einen Abbruch.

Wohin könnten sich Veranstaltungsformate entwickeln?

Messe-Apps werden sicherlich wichtiger, um beispielsweise im Vorfeld gute Termine zu vereinbaren. Bei Technikmessen geht es zukünftig noch weniger um das Produkt und mehr um die Anwendung. Und Messen einzelner Konzerne, auf denen diese mit Partnerunternehmen zeigen, wie ihre Technologien und Produkte eingesetzt werden können, gewinnen an Bedeutung. Huawei lud im Oktober 25.000 Besucher zu seiner Connect-Veranstaltung, die von einer Ausstellung seiner Partnerunternehmen begleitet wurde, nach Schanghai. Aber diese ersetzt herkömmliche Messen nicht, Huawei ist sicherlich auch weiterhin auf Hightech-Messen zu finden.

30 PROZENT

des chinesischen Absatzmarktes umfasst die südchinesische Region Guangdong. Es ist mit über 100 Millionen Einwohnern die bevölkerungsreichste und wirtschaftlich stärkste Provinz Chinas.

Ist der Süden Chinas von seiner Bedeutung her das neue Schanghai?

Die 24-Millionen Stadt Schanghai bleibt die Konjunkturlokomotive in der Mitte von Chinas Ostküste. Dort fand gerade eine der größten Importmessen der Welt statt. Durch massive Zollsensenkungen lohnt sich der Export von immer mehr Verbrauchsgütern nach China. Handel, Finanzen, Dienstleistungen oder auch Entertainment boomen in Schanghai. Mit 1.600 Mitgliedern der Außenhandelskammer AHK Schanghai ist der Raum Schanghai immer noch einer der weltweit wichtigsten Standorte der deutschen Wirtschaft.

Doch bei der Implementierung neuester Technologien in Produktionsprozesse hat Südchina eine weltweite Spitzenstellung. Hinzu kommt, dass dort auch viel Industrie ist, beispiels-

weise japanische oder chinesische Autoproduzenten. Zulieferer aus Deutschland gibt es dort wenige, der expandierende Markt wurde weitgehend den Konkurrenten überlassen.

Die Frage entweder Guangdong oder Schanghai fasst diese Entwicklung nicht. Da passt eher der Vergleich mit dem größeren Kuchen, der gebakken wird und von dem sich alle ein größeres Stück abschneiden können. Seit Beginn der Reformpolitik hat sich das Einkommen mehr als ver Hundertfacht. Dadurch entstehen jetzt viele leistungsfähige Regionalmärkte in China. Und Guangdong umfasst etwa 30 Prozent des gesamten chinesischen Absatzmarkts. Dieser wachsende Zukunftsmarkt ist für viele Unternehmen mit einem Standort in China, mit nur einer Messepräsenz, kaum umfassend zu erschließen. *Interview: Christiane Appel*

● SUMMARY

On speed: new expos are booming in China, international expo sites are mushrooming everywhere. At the same time, new exhibition formats are emerging, with the focus less on products as much more on the application of complex technologies. Both trends are opportunity and challenge alike for the German expo industry and the German business community. New event formats in this respect actually look forward to an optimistic future; they complement more conventional expos and tradeshowes. The 24-million inhabitant city of Shanghai will remain the economic driver at the middle of China's eastern coast, but southern China is the global leader when it comes to implementation of cutting-edge technology in production processes. The onset of reformist politics has led to the emergence of numerous potent regional markets, and for businesses active in China, it will take more than merely one expo presence to extensively develop this expanding future market.

Der dritte Streich

Großer Bedarf an Umwelttechnologie in China. FOTO: MESSE MÜNCHEN



Das Netzwerk der Umwelttechnologiemessen in China wird erweitert: Die Messe München geht ab kommenden Jahr mit einer dritten Ifat-Veranstaltung im Reich der Mitte an den Start. Als Lösungsplattform für die Region Westchina wird sich die IE Expo Chengdu erstmals vom 27. bis 29. Juni 2019 in der Western China International Expo City in der 15-Millionen-Einwohner-Stadt Chengdu der Branche präsentie-

ren. Für den Geschäftsführer der Messe München, Stefan Rummel, macht die Dynamik des chinesischen Umweltmarktes den Ausbau des Ifat-Netzwerks notwendig: „China ist fest entschlossen, seine wirtschaftliche Entwicklung nachhaltiger zu gestalten und in Umwelttechnik zu investieren. Das zeigt zum einen der rapide Wachstumskurs unserer chinesischen Ifat-Messen, zum anderen die konstant gestiegene Betei-

ligung Chinas an der Ifat in München.“ Die neue IE Expo Chengdu wird im regionalen Format veranstaltet. Das Ausstellungsportfolio der Fachmesse und die Themen der begleitenden Konferenz sind an den Bedarf der Westprovinzen angepasst. Mit zwei Veranstaltungen sind die Münchner bereits in China vertreten: Die jährlich in Shanghai stattfindende IE Expo China ist mit 1.762 Ausstellern und 66.580 Besuchern die Leitmesse der gesamten asiatischen Branche. Für die kommende Ausgabe vom 15. bis 17. April 2019 vergrößern die Veranstalter die Ausstellungsfläche um zwei Messehallen, auf insgesamt 13 Hallen. Die IE Expo Guangzhou ist das südchinesische Pendant zur IE Expo Chengdu und zeigt Lösungen für Südchina. Sie vereinte im September 505 Aussteller und 26.493 Besucher unter einem Dach. Für Stefan Rummel steht schon heute fest: „2019 erleben wir ein starkes Messe-Trio in China.“ *kf*

ANZEIGE

<http://electronicasia.com>
 HKTDC
 HONG KONG TRADE DEVELOPMENT COUNCIL
 electronicAsia 2019
 13 - 16 October 2019
 Hong Kong Convention and Exhibition Centre
 In conjunction with HKTDC Hong Kong Electronics Fair (Autumn Edition)
 Organisers:
 HKTDC - HONG KONG TRADE DEVELOPMENT COUNCIL
 Tel: (852) 2584 4333 Fax: (852) 2824 0026
 Email: exhibitions@hktdc.org
 MMI ASIA PTE LTD
 Tel: (852) 2511 5199 Fax: (852) 2511 5099
 Email: mmi_hk@mmiasia.com.sg

Coteca expandiert

Die Hamburg ANZEIGE und Congress (HMC) bringt ihr alle zwei Jahre stattfindendes Format für den Tee-, Kaffee- und Kakao-Markt nach Asien. Die Durchführung der für den 27. bis 28. November 2019 in Bangkok geplanten Coteca Asia übernimmt Quartz Business Media, Redhill/Großbritannien. Steve Diprose, Geschäftsführer Quartz Business Media, zur Partnerschaft: „Wir freuen uns, die Marke Coteca gemeinsam mit der Hamburg Messe nach Thailand zu bringen. Mit unserer Markterfahrung in Asien können wir unseren Teil dazu beitragen, die Veranstaltung zum Erfolg zu führen.“ Bei der deutschen Ausgabe vom 10. bis 12. Oktober zeigten 200 Aussteller aus rund 40 Nationen in Hamburg ihre innovativen Produkte und Dienstleistungen. Rund 3.600 Fachbesucher aus 75 Ländern trafen sich zum Networking und Business-Making. *kf*



Tee, Kaffee und Kakao für Asien. FOTO: HMC / KATRIN NEUHAUSER