

Gemeinschaftsausgabe von

Unternehmer
Edition



Weitere Informationen zum Thema finden Sie unter:

www.unternehmeredition.de

www.investmentplattformchina.de



Investment Plattform

China/Deutschland

Greenfield - Joint Venture - M&A

November 2019

Wirtschaftsmacht China

Wie Unternehmer vom neuen Global Player lernen können



Senkrechtstarter

Geely steigt bei
Volocopter ein

Seite 24

Handelskrieg

Chancen für europäische
Unternehmen

Seite 52

Entwicklung

Advanced Manufacturing für
zukunftsfähige Produktion

Seite 54

Chancen europäischer Unternehmen aus dem Handelskrieg

Es ist fraglich, ob der Handelskrieg zwischen USA und China längerfristige Auswirkungen hat und ob deutsche wie auch europäische Unternehmen daraus eher gewinnen oder verlieren. Wir wagen einen Ausblick. VON **FRANK-CHRISTIAN RAFFEL** UND **PHILIPP MÖBIUS**

Der Nachrichtenstrom über (Vergeltungs-)Maßnahmen im Handelskrieg zwischen den USA und China reißt nicht ab. Geradezu endlos sind die Kataloge der Waren und Zollmaßnahmen, die beide Seiten umgesetzt haben oder umzusetzen drohen. Die Strafzölle von 25% auf Chinaimporte reichen von Elektronik bis zu Stahlzeugnissen; die Gegenmaßnahmen von 10% auf US-Importe betreffen insbesondere Lebensmittel wie Fleisch, Gemüse und Obst.



Foto: © mrfp_7 - stockadobe.com

Handelskriege: Mittel- und langfristig bringen sie überwiegend Verlierer hervor.



ZU DEN PERSONEN

Frank-Christian Raffel ist Mitgründer und geschäftsführender Gesellschafter von MelchersRaffel Ltd., einer Unternehmensberatung mit Standorten in Shanghai, Hongkong, Singapur und München. MelchersRaffel als Teil der seit 150 Jahren in China tätigen Melchers Group berät bei Strategie- und M&A-Vorhaben in den wesentlichen Regionen Asiens und in deutschsprachigen Ländern.

Philipp Möbius ist Consultant für Strategie und M&A bei MelchersRaffel Ltd.

www.melchersraffel.com

„Keiner gewinnt“

Nicht nur unter liberalen Wirtschaftsdenkern ist bekannt, dass das Heraufschrauben von Zöllen zwar kurzfristig die Finanzen des Fiskus verbessert – mittel- und langfristig jedoch überwiegend Verlierer hervorbringt: Allen voran die Verbraucher, die letztlich höhere Preise durch Zölle oder durch ineffiziente lokale Produktion sowie die Abwanderung von Arbeitsplätzen tragen müssen. Auch europäische Unternehmen und Staaten sind nicht per se der „lachende Dritte“, denn wenn die Absatzmärkte Chinas und der USA leiden, hat das auch Auswirkungen auf die exportstarken Europäer. Der „Instant Noodle Index“ steigt derzeit in China stark an: Der Absatz der als besonders günstig geltenden Fertig-

nudelgerichte gilt als wichtiger Indikator für Sparmaßnahmen der Konsumenten und verdeutlicht die bereits in China eingetretene Verunsicherung.

Effekte bereits spürbar

Die Industrieländerorganisation OECD erwartet, dass 2020 allein die bereits im Zuge des Handelskriegs in Kraft getretenen gegenseitigen Zölle das weltweite Wachstum um 0,3 bis 0,4 Prozentpunkte verringern. Je mehr ein EU-Land exportiert, desto mehr leidet es unter der weltweiten Schwäche der Industrie: Die Wirtschaft hierzulande dürfte im dritten wie bereits im zweiten Quartal geschrumpft sein, während sie in Frankreich und Spanien noch wächst. Chinas Wachstum ist im zweiten Quartal des Jahres bereits →

Abb. 1: Die wichtigsten Handelspartner der Europäischen Union – Warenhandel 2018

Land	Ausfuhren	Einfuhren	Gesamt	Handelsbilanz
USA	406,4 Mrd. EUR	267,3 Mrd. EUR	673,6 Mrd. EUR	+139,1 Mrd. EUR
China	209,9 Mrd. EUR	394,7 Mrd. EUR	604,6 Mrd. EUR	-184,8 Mrd. EUR
Schweiz	156,5 Mrd. EUR	109,0 Mrd. EUR	265,5 Mrd. EUR	+47,5 Mrd. EUR
Welt	1.955,7 Mrd. EUR	1.980,4 Mrd. EUR	3.936,1 Mrd. EUR	-24,6 Mrd. EUR

Quelle: Europäische Kommission, 2016

mit 6,2% auf den tiefsten Stand seit 30 Jahren abgesackt. Insgesamt sind die US-Exporte nach China seit Sommer 2018 um 30% zurückgegangen, die Importe um 15%.

Noch mehr „Made in China“ als struktureller Effekt

Manche unserer Klienten haben bereits Produktionskapazitäten mit Ziel-land USA aus China nach Vietnam oder Indonesien verlegt. Auch chinesische Unternehmen investieren mehr und mehr in Südostasien, um neben dem Nutzen von günstigeren Lohnkosten auch möglichen Exportbeschränkungen in die USA zu entgehen. Delta Electronics beispielsweise, ein Apple-Zulieferer, hat zur Reduzierung der Unsicherheiten angekündigt, eine thailändische Partnerfirma für 2 Mrd. USD zu übernehmen. Bereits vor einigen Jahren hat die chinesische Regierung die Hinwendung zum Binnenmarkt als Paradigmenwechsel proklamiert. Das stark exportabhängige Geschäftsmodell „Fabrik der Welt“ sollte gemäß Zielsetzung umgewandelt werden in ein Geschäftsmodell, welches sich auf den chinesischen Konsumenten fokussiert. Denn mit der steigenden Kaufkraft und der stark wachsenden Mittelschicht – je nach Definition rund 500 Mio. Bürger – wird der Binnenmarkt Chinas groß genug, um die Lieferketten quasi autark zu bedienen. Dazu gehört natürlich Technologie, wie sie in „Made in China 2025“ definiert ist. „Made in China“ war möglicherweise der Auslöser für das Bestreben der USA, die chinesische Volkswirtschaft an ihrem Wachstumsstreben zu hindern. Aus chinesischer Perspektive jedoch wird „Made in China 2025“ durch diese Maßnahmen nur noch weiter bestärkt. Folgende Ef-

fekte sind nun wahrscheinlich: China wird sich noch stärker anstrengen, um auch Schlüsseltechnologien wie z.B. Algorithmen für das Internet of Things zu entwickeln und zu erlangen; China wird Maßnahmen ergreifen, um die Abhängigkeit der Wirtschaft vom Export in das Ausland z.B. bei elektrischen Gebrauchsgütern und auch Elektronik noch weiter zu reduzieren; China wird neben Internet, Konsumgütermärkten und Medien auch einen Kapitalmarkt entwickeln, der eine stärkere Autonomie von den USA ermöglichen wird. Erster Vorbote dafür ist unseres Erachtens Chapter 18a der Hong Kong Stock Exchange, der für forschungsintensive Biotech- und Medtechunternehmen, die mitunter noch keinen Umsatz tätigen, als direkter Wettbewerb zum Technologieboard Nasdaq konzipiert ist.

Chancen für europäische Unternehmen

Die Gelegenheiten für europäische Unternehmen aus einem Handelskrieg zwischen den USA und China bestehen dabei nicht in einem „Abschöpfen“ möglicher Renditen, indem zusätzliche Exporte oder Importe aufgrund der Barrieren getätigt werden. Allerdings: Es besteht eine spürbar zunehmende Hinwendung chinesischer Entscheidungsträger, z.B. Investoren, nach Europa. Waren „Made in Germany“ oder „Made in Switzerland“ aus chinesischer Perspektive schon immer ultimatives Gütesiegel, werden in der jüngeren Diskussion europäische Produkte und Unternehmen direkt mit den amerikanischen verglichen. Man schätzt die eher langfristige Ausrichtung in Europa, gerade der Familienunternehmen, die besonders hohe Qualität z.B. von Hightech – etwa Chips für spezielle

Anwendungen, chemische Produkte, und selbst die höhere Qualität hiesiger Fintechmodelle –, obwohl China auch in diesem Bereich mengenmäßig sicherlich führend ist. Auch die deutsche Ingenieurskunst und die Haltung, Produkte erst bei entsprechender Reife auf die Märkte zu bringen, werden besonders anerkennend erwähnt, z.B. in der Medizintechnikbranche. Dazu kommt, dass strategische Maßnahmen zur Verbesserung der Marktposition für europäische Unternehmen aufgrund der gefallen Börsenkurse und Unternehmenswerte in China wirtschaftlicher viel besser möglich sind als noch vor einigen Jahren – wobei die chinesischen Märkte und Aussichten nach unserer Meinung nichts von ihrer ursprünglichen Attraktivität eingebüßt haben. Es hat schlicht eine Korrektur der zuvor inflationären Assetpreise stattgefunden. So sind Unternehmensbeteiligungen, Firmenübernahmen, wirtschaftlich tragfähige Joint Ventures mit fairen Bedingungen und Allianzen in China nun sehr viel besser umzusetzen als noch vor einigen Monaten. War vor Kurzem noch das IPO Ziel nahezu aller Privatunternehmen, die die Kriterien dafür grundsätzlich erfüllen konnten, werden nun auch Unternehmensverkäufe von chinesischen Gesellschaftern wieder ins Kalkül gezogen.

Fazit

Beide Effekte – die Hinwendung Chinas zu europäischen Unternehmen sowie realistischere Vorstellungen bei Unternehmenskäufen, Joint Ventures und anderen „Preisen“ der Marktbearbeitung in China – stellen eine gute Gelegenheit zur strategischen Neuausrichtung im Land der Mitte dar, um auch mittel- bis langfristig eine nachhaltige Marktposition mit dem Aufbau eigener Wertketten vor Ort zu erlangen. Gerade deutsche Familienunternehmen, die generationenübergreifend denken und handeln, sollten diese Chancen nutzen, wenn sie im globalen Maßstab Relevanz aufbauen oder erhalten wollen. ■



München ■ Hongkong ■ Shanghai ■ Singapur

MELCHERS  Raffel

MelchersRaffel ist das kompetente Beratungsteam für Ihren Erfolg:

 **150 JAHRE MELCHERS** 
IN CHINA – 1866 BIS 2016

Profitables Wachstum in China und Südostasien

organisch, über M&A (Zukäufe), Joint Ventures, Allianzen und mit strategischen Investoren aus China.

Erfolgreiche Investorenprozesse

weltweit mit wertvoller Präsenz China – für Unternehmensverkauf oder Kapitalaufnahme.

Unsere Assets für Ihren Erfolg:

- Professionelles und erfahrenes Advisory Team für Strategie und M&A an den Standorten München, Shanghai, Hongkong und Singapur
- Know-how und Netzwerke von 1.700 Mitarbeitern in relevanten Märkten an 25 Standorten Asiens der MELCHERS Group
- Marke des Vertrauens aus 150 Jahren in Asien und über 200 Jahren in Europa.

www.MelchersRaffel.com | Löwengrube 12, 80333 München | Telefon: 089-24208659-0 | E-Mail: info@melchersraffel.com

MelchersRaffel ist das Beratungsteam der MELCHERS Group – C. Melchers GmbH & Co. KG, Bremen