

Presse-Information

Press release • Information de presse

DECHEMA e.V.
Theodor-Heuss-Allee 25
D-60486 Frankfurt am Main
Telefon (069) 7564-0
Telefax (069) 7564-201
E-Mail: presse@dechema.de
www.dechema.de

Januar 2007

AchemAsia 2007
7. Internationaler Ausstellungskongress für
Chemische Technik und Biotechnologie

Beijing / VR China, 14.-18. Mai 2007

Kontakt/Contact:
Dr. Christina Hirche
Tel. +49 (0) 69 / 75 64 - 2 77
Fax +49 (0) 69 / 75 64 - 2 72
E-Mail: presse@dechema.de

Trendbericht Nr. 4: Logistikmarkt China

Logistikmarkt China: Potenziale und Risiken im Reich der Mitte

- **Logistik als wichtiger Faktor im Supply Chain Management**
- **Bedarf an modernen Logistikdienstleistungen weiter steigend**

Unternehmen, die in China beschaffen, produzieren oder dorthin exportieren, müssen von Beginn an neben der Produktion und dem Markt auch die Logistik in Betracht ziehen. Das wird auch ein Thema für die Aussteller der 7. AchemAsia vom 14. bis 18. Mai 2007 in Beijing/VR China sein. Über 500 Aussteller aus 25 Ländern präsentieren dort Ausrüstungen, Produkte, und Technologien für die chemische und petrochemische Industrie, die Pharma- und Lebensmittelindustrie, die Biotechnologie, die Umweltschutzindustrie und verwandte Branchen der stoffumwandelnden Industrien. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass die fünf Ausstellungshallen auf dem China International Exhibition Centre voll ausgebucht sein werden.

Rahmenbedingungen für Produktion und Einkauf

China ist der größte Güterumschlagsplatz der Welt und wird als Lokomotive der Weltwirtschaft bezeichnet. Das rasante Wachstum des chinesischen Marktes ist sprichwörtlich: Die chinesische Wirtschaft ist in den letzten Jahren durchschnittlich um 7 bis 10 Prozent gewachsen. Der Bedarf des Landes nach Rohstoffen, Eisenerz, Rohöl und Stahl erscheint unersättlich. In 2015 könnte die Volksrepublik zur stärksten Wirtschaftsmacht der Welt avanciert sein. Über 1,3 Mrd. Menschen leben in dem Reich der Mitte auf einer Fläche, die 27 mal so groß ist, wie die Bundesrepublik Deutschland. Mit seinem riesigen Binnenmarkt und seinen günstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist China für ausländische Investoren und Konzerne extrem attraktiv. Die durchschnittlichen Lohnkosten betragen rund ein Vierzigstel der in Deutschland üblichen Kosten. So wundert es nicht, dass immer mehr Konzerne der Elektro- oder Elektrotechnik-, der Automobil-, Kunststoff- oder Chemie-Industrie Teile ihrer Produktion aus westlichen Hochlohnländern nach China verlagern oder dort ihre Sourcing-Aktivitäten verstärken.

Vor dem Hintergrund des harten internationalen Wettbewerbs ist es für Unternehmen häufig eine wirtschaftliche Notwendigkeit, die Chance zur Kosteneinsparung bei Produktion und Einkauf zu nutzen. Gleiches gilt immer häufiger für kleine und mittlere Betriebe^a: Auch sie wollen nach dem Vorbild der großen multinationalen Industrien und Händler die günstigeren Strukturen in China nutzen. Zurzeit befinden sich rund 1.600 deutsche Unternehmen in China und die Zahl wird weiter steigen: China wird als wichtigstes Ziel für geplante Auslandsaktivitäten genannt^b. Mehr als 40 Prozent der in der Studie befragten Vorstände und Geschäftsführer planen eine Verlagerung ihrer Produktion nach China. Doch China ist nicht nur aufgrund seiner günstigen Produktionsbedingungen für ausländische Konzerne interessant. Da mittlerweile dort eine große und konsumfreudige Mittelschicht entstanden ist, die einen starken Nachholbedarf bei vielen Waren und Dienstleistungen hat, bietet das Land auch als Absatzmarkt ein enormes Potenzial für ausländische Akteure.

Die Konsequenzen der Verlagerung von Produktions- und Einkaufsaktivitäten und des kontinuierlichen Wachstums des Warenverkehrs zwischen Asien und der westlichen Welt liegen auf der Hand: Die Supply Chains der Unternehmen verändern sich grundlegend, und zwar nicht nur in geographischer, sondern auch in strategischer und operativer Hinsicht^c. Die zunehmende Verlagerung von Beschaffung und Produktion nach China wirkt sich maßgeblich auf den Logistikmarkt aus. Logistikunternehmen sind vor neue Herausforderungen gestellt: Wollen Dienstleister, die bislang hauptsächlich in Europa tätig waren, ihre Kunden bei deren Eintritt in den chinesischen Markt unterstützen, müssen sie zunehmend eigene Netzwerke in China und anderen asiatischen Ländern aufbauen. Für Produktions- und Dienstleistungsunternehmen gilt es gleichermaßen, die Besonderheiten des chinesischen Marktes zu berücksichtigen und langfristig zu planen. Denn längst nicht überall sind die Voraussetzungen für eine effiziente Logistik in China gegeben.

Der chinesische Logistikmarkt

Politische und wirtschaftliche Voraussetzungen

Grundsätzlich gilt für alle Unternehmen, die in China aktiv werden wollen, dass ihr Markteintritt im Reich der Mitte durch kulturelle Unterschiede, die Sprache und teilweise undurchsichtige Handelsbestimmungen erschwert wird. Doch in den letzten Jahren wurde der Dienstleistungsmarkt zunehmend liberalisiert, was die oft noch großen Defizite in der logistischen Infrastruktur zum Teil ausgleicht. Die Politik in China hat es sich zur Aufgabe gemacht, logistische und rechtliche Voraussetzungen für Investitionen internationaler Unternehmen zu schaffen, damit verlässliche Rahmenbedingungen für ökonomisches Handeln gegeben sind. Seitdem China am 11. Dezember 2001 der Welthandelsorganisation (WTO) beigetreten ist, haben sich enorme Entwicklungen in der chinesischen Logistik vollzogen. Der Staatsrat und die Provinzregierungen China haben eine gemeinsame Politik für die Entwicklung der Logistik in China konstituiert, um ausländischen Unternehmen einen weitgehend freien Zugang zum chinesischen Markt zu ermöglichen und modernes logistisches Know-how in die Bereiche fließen zu lassen, in denen es gebraucht wird. So wurden Restriktionen in vielen Logistik-Bereichen gelockert, die bisher nur inländischen Unternehmen vorbehalten waren.

^a Ernst & Young, Mittelstandsbarometer 2006. Deutscher Mittelstand sieht Chancen im China-Geschäft – aber kein China-Hype. Stuttgart, April 29, 2006.

^b KPMG Global Dealmonitor Survey 2004.

^c Vgl. Prof. Dr. R. Bogaschewsky, Einkaufen und Produzieren rund um den Globus – Letzte Chance für deutsche Unternehmen?, Unibund Vortragsreihe, 16. März 2006

Durften beispielsweise vor dem Beitritt zur WTO nur chinesische Unternehmer Transport- und Logistikunternehmen gründen, können nun auch ausländische Logistiker die hierfür erforderliche A-Lizenz erhalten. Diese ist Voraussetzung dafür, das gesamte Spektrum logistischer Services anbieten und rechtliche Dokumente erstellen zu dürfen. Die Lizenz wird vom chinesischen Außenhandelsministerium erteilt, gilt jedoch nicht für das ganze Land, sondern nur für eine Provinz. Auch kann eine weitere Lizenz für eine andere Provinz erst nach einem Jahr beantragt werden, so dass ein Dienstleister seine logistischen Services erst nach einigen Jahren der Präsenz im Land provinzübergreifend für seine Kunden erbringen kann.

Wichtige Parameter in der Logistik

Neben der A-Lizenz gibt es weitere wichtige Faktoren, die von Unternehmen berücksichtigt werden müssen im Zusammenhang mit den Rahmenbedingungen für logistische Services. Dazu zählen die großen Entfernungen zwischen den wichtigsten chinesischen Wirtschaftszentren. Zur Veranschaulichung: Die Distanz zwischen Shanghai und Peking beträgt über 1.200 Kilometer Luftlinie; und China verfügt über rund 14.500 Kilometer Küstenlinie. Daher muss bei der Planung logistischer Prozesse davon ausgegangen werden, dass Zwischenlagerungen, beispielsweise beim Umschlag vom Verkehrsträger Bahn auf die Straße, notwendig sind oder dass lange Transitzeiten entstehen. Die durchschnittliche Transportgeschwindigkeit im Land ist sehr niedrig, was in der oft veralteten und in vielen Gebieten noch unzureichenden Infrastruktur begründet ist.

Auch kann es sein, dass Produkte mit speziellen Verpackungen versehen werden müssen, damit sie die langen Transportstrecken unbeschadet überstehen. Um Prozesse zu beschleunigen, beauftragen immer mehr Produktionsunternehmen Dienstleister, die sich vor Ort um die Abwicklung von Umschlag-, Lager- und Transportleistungen kümmern, bzw. dafür sorgen, dass die Prozesse ohne zu große Zeitverzögerungen ineinander greifen. Um mögliche Transportschäden abzusichern und Qualitätsverluste bei Produkten zu vermeiden, sind oft zusätzliche Versicherungen und Qualitätsprüfungen notwendig. Je nach Produkt müssen Unternehmen unter Umständen mit einer erhöhten Ausschussquote rechnen.

Ein Problem der besonderen Art stellt die in China weit verbreitete Produktpiraterie dar, die jährlich Schäden in Milliardenhöhe verursacht. Sie veranlasst Unternehmen dazu, in Identifikationstechniken zu investieren, die ihre Produkte eindeutig und fälschungssicher machen und zur Qualitätssicherung betragen. Gerade in der Chemie- und Pharmaindustrie ist dies ein wichtiges Thema.

Generell lässt sich sagen, dass die Logistiksysteme Chinas im Vergleich zu Europa und den USA ineffizienter sind. In der Konsequenz bewirken diese Faktoren, dass der Anteil der Logistikkosten an den Gesamtkosten in China deutlich höher ist als in westlichen Ländern. Nach einer Studie der EU unter Federführung des Fraunhofer Instituts für Fabrikbetrieb und Automatisierung (IFF) liegt der Anteil der Logistikkosten am BIP bei etwa 17 Prozent (zum Vergleich: in Deutschland bei sieben Prozent). Bei Produktionsgütern beträgt – so die Marktanalyse - der Transport- und Lagerkostenanteil dreißig bis vierzig Prozent der gesamten Kosten, bei Lebensmitteln müssen bis zu sechzig Prozent für diesen Posten kalkuliert werden, bei einigen Chemikalien sogar siebzig bis achtzig Prozent. Fazit: Sowohl die Unternehmen, die im Rahmen ihres Global Sourcing in China aktiv sind, als auch die Anbieter von Logistikleistungen müssen für ihr Handeln diese höheren Logistikkosten einkalkulieren.

Zur Identifikation der Optimierungspotenziale ist es notwendig, die in China üblichen Logistikprozesse mit den in vielen westlichen Ländern existierenden Standards zu vergleichen: Dabei wird deutlich, dass große Unterschiede existieren, die neben den infrastrukturellen Problemen vor allem auf Mentalitätsunterschiede zurückzuführen sind. Der Begriff „Logistik“ umfasst in China traditionell lediglich Transport- und Lagerdienstleistungen. Einheitlich logistische Standards haben sich bisher nicht durchsetzen können, es mangelt an Dienstleistungsangeboten; und moderne IT- Systeme zur Planung und Steuerung der Lieferketten werden bislang nur in Ausnahmefällen eingesetzt. Siedeln sich internationale Unternehmen in China an, dann unterscheiden sich ihre Anforderungen jedoch kaum von den marktübli-

chen hohen Standards in Westeuropa oder den USA. Der Bedarf an hochwertigen Serviceleistungen, wie kurzfristige Teilleistungen innerhalb weniger Stunden, ein durchgängiges Tracking und Tracing und darauf aufbauendes Supply Chain Management, ist ähnlich ausgeprägt wie in westlichen Ländern^d. Allerdings wird dieses hohe Niveau der Serviceleistungen in China nicht einmal in den genannten wirtschaftlichen Ballungsräumen erfüllt.

Wirtschaftszentren als logistische Drehscheiben

Folglich besteht für Logistik-Dienstleister, die den Supply-Chain-Ansatz verfolgen und als Mobilitäts-Dienstleister ihre Kunden bei der Entwicklung kunden- und marktgerechter Verfahren in China unterstützen, ein großes Potenzial. Um die zusätzlichen Logistikkosten überschaubar zu halten, siedeln sich internationale Produktions- und Logistik-Unternehmen bevorzugt in strategisch günstig gelegenen Regionen an. Beispiel Tianjin: Die Stadt ist die größte Hafenstadt Chinas und stellt einen Knotenpunkt im Verkehrssystem des Landes dar, da sie das Tor zum Hinterland von Zentralnordchina, Nordost- und Nordwestchina und zugleich ein bedeutender Seehafen für die Nachbarländer Chinas ist. Das Tianjin umgebende Gebiet gilt als besonders aussichtsreiche Entwicklungsregion, was ihre wirtschaftlichen Perspektiven und ihre Position im Wettbewerb mit anderen Standorten in China betrifft. Sie hat sich zu einem Wachstumsmotor für Tianjin und die ganze umliegende Bohai Region entwickelt und gehört inzwischen zu den bevorzugten Gebieten für Investitionen in China. Die durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten liegen über dem Landesdurchschnitt: Von 1993 bis 2005 wuchs das Bruttosozialprodukt in Tianjin um fast dreizehn Prozent. Da die Küstenregion entlang des Nordostufers der Bohai Bucht in der Nähe der Hauptstadt Peking liegt, profitiert sie auch von der staatlichen Entwicklungsstrategie. Seit 1994 wurden hier bereits 34 Mrd. Euro in die Infrastruktur investiert.

Vernetzung für Effizienzzuwächse in der Logistik

Die stetig steigenden Importe von Rohstoffen und anderen Gütern in China sowie die Exporte von Industrieprodukten haben das Wachstum des Containerverkehrs stark gefördert: Mehr als 90 Prozent des interkontinentalen Handels Chinas wird über See- und Überseefracht abgewickelt. Nach Angaben der Transpacific Stabilization Agreement (TSA), dem Verband der elf größten Containerschiffahrtsgesellschaften für den transpazifischen Seeverkehr, lag das durchschnittliche Wachstum der Seetransporte von China in die USA in den ersten beiden Monaten 2006 bei 24 Prozent. Insgesamt wird in den nächsten fünf Jahren ein jährlicher Anstieg von zwölf Prozent auf insgesamt 133 Millionen TEU (Twenty Foot Equivalent Units, Logistik-Einheit für Container-Transportkapazität) für Chinas Containerverkehr prognostiziert.

Nach neuesten Statistiken hat China im Schiffbau Japan und Deutschland überholt und ist nach Korea auf Platz zwei vorgerückt. Es ist das erklärte Ziel des Landes, auf Platz eins aufsteigen, daher wird besonders in Häfen und hafennahe Infrastruktur investiert. Zurzeit befinden sich über 200 chinesische Häfen in Bau oder werden erweitert und modernisiert.

Die Luftfracht in China gehört ebenfalls zu den Nutznießern des WTO-Beitritts, auch hier werden pro Jahr hohe Zuwachsraten von über zwölf bis fünfzehn Prozent erzielt. Parallel zu den starken Umsatzzuwächsen im Containerverkehr steigt auch das Luftfrachtaufkommen in China, da die Zeitersparnis mit diesem Transportmittel für manche hochwertigen und sensiblen Produkte ein entscheidendes Kriterium ist. Gleichzeitig ermöglicht eine höhere Taktzahl an Flugverbindungen zwischen den großen Wirtschaftszentren des Landes und zwischen China und Europa bzw. dem amerikanischen Kontinent, das stark ansteigende Passagieraufkommen zu bedienen. Für Personenverkehr und Luftfracht stellt sich gleichermaßen die Herausforderung, in leistungsstarke Netzwerke eingebunden zu sein und ein dichtes Netz an logistischen Einrichtungen um die Flughäfen herum zu installieren. Beides ist Voraussetzung für effiziente, den Flügen vor- oder nachgelagerte Prozesse am Boden.

^d Vgl. Studie zur Service-Logistik China erstellt von der Managementberatung Barkawi, dem Logistik-Dienstleister DHL und dem China Supply Chain Council (CSCC)

Vor diesem Hintergrund sind internationale Akteure im chinesischen Markt sehr daran interessiert, enge und belastbare Netzwerke zu knüpfen.

Immer häufiger sind Kooperationen von europäischen und chinesischen Unternehmen bei Logistikprojekten zu beobachten. Dazu zwei Beispiele: Die Deutsche Bahn unterstützt den Aufbau des chinesischen Hochgeschwindigkeitsverkehrs und Shanghai Airlines ist dem internationalen Luftverkehrs-Partnernetzwerk Star Alliance beigetreten. Auch international aktive Logistik-Spezialisten eröffnen Repräsentanzen in China, bereiten von zentralen Städten, wie Shanghai, aus ihren Markteintritt in China vor und arbeiten eng mit ihren Kunden zusammen.

Ihre Niederlassungen im chinesischen Markt stellen für sie Brückenköpfe für die sich rasant entwickelnden Produktionsströme dar, die nach China kommen. Gleiches gilt für die auf der anderen Seite stark anwachsenden Empfangsmärkte in Asien. Zudem wollen die Logistiker auch Onsite-Services, wie beispielsweise Lagerhaltung, Umschlag, Weiterverarbeitung oder ergänzende Zusatzservices, auf dem Produktionsgelände der Kunden im chinesischen Markt anbieten. Einen wichtigen Beitrag zur Vernetzung leisten auch Verbände und Institute, wie die Fraunhofer-Gesellschaft für Materialfluss und Logistik (IML), die sich in China engagieren. Sie können wertvolle Kontakte vermitteln und durch ihre Erfahrung zum Gelingen logistischer Projekte im Land einen entscheidenden Beitrag leisten.

Logistik in China – Markt mit großem Potenzial

Neben der Automobilindustrie und der Telekommunikationsbranche zählen auch die Chemie- und Pharmaindustrie zu den Wirtschaftsbereichen, die sich sehr gut in China entwickeln. Vor dem Hintergrund der Umsatzzuwächse dieser Industrien ist zu erwarten, dass der Bedarf an modernen Transport- und Logistikdienstleistungen in den nächsten Jahren weiter ansteigen wird. Der Markt bietet international leistungsfähigen Logistik-Dienstleistern daher sehr große Chancen: 57 Prozent der produzierenden Unternehmen und 38 Prozent der Handelsunternehmen, die in China tätig sind, suchen neue Logistikpartner^e.

Das enorme Potenzial, das die Unternehmen dem chinesischen Logistikmarkt zumessen, zeigt sich auch im großen Interesse an der Messe transport logistic China. Die Veranstaltung wurde erstmals in 2004 organisiert und fand im Herbst 2006 zum zweiten Mal statt. Über 200 Aussteller aus rund 30 Ländern präsentierten ihre Produkte und Dienstleistungen und diskutierten aktuelle Trends des Logistikmarkts China. Die Veranstaltung zeigte: Die Rolle der IT in der Logistik wird auch im chinesischen Markt in den nächsten Jahren ein stärkeres Gewicht erhalten.

^e BearingPoint Analysis 2006

In Zusammenarbeit mit ihren Logistik-Dienstleistern oder Instituten entwickeln immer mehr Unternehmen individuelle IT-Lösungen und setzen leistungsfähige Systeme ein. Ziel ist es, Transparenz in der Beschaffungslogistik zu bringen, die Lieferkette besser zu planen und auszuführen und auch kurzfristige Änderungen im Materialbedarf berücksichtigen zu können. Vor dem Hintergrund der rasch steigenden Bedeutung der „Digitalisierung der Logistik“ – der Name, den der Prozess der Verknüpfung von Logistik und IT in China trägt – gewinnt die ganzheitliche Betrachtungsweise der Supply Chain und die Optimierung der Logistikgesamtkosten an Gewicht.

Ein Ende des Wachstums in China, da sind sich die meisten Wirtschaftsexperten einig, ist noch nicht abzusehen. China hat sein gesamtes Potenzial noch nicht entfaltet - und Gleiches gilt für den Logistikmarkt des Landes. Um die komplexen Herausforderungen zu meistern, sind qualifizierte Fach- und Führungskräfte unerlässlich, die mit dem Land, seinen Menschen, ihrer Sprache und Kultur vertraut sind. Interkulturelle Kompetenz ist für Logistikunternehmen ein extrem wichtiger Faktor. Nur mit ihr können die komplexen Logistikstrategien erfolgreich umgesetzt und die Herausforderung China gemeistert werden.

www.dechema.de

www.achemasia.de

www.achemasia.net

(Die Trendberichte werden von internationalen Fachjournalisten zusammengestellt. Die DECHEMA ist nicht verantwortlich für unvollständige oder falsche Informationen.)