

ZULIEFERER

... und sie sind längst schon dort

Unternehmen wie Kiekert und Getrag haben die Expansion in China nie bereut.

Sven Afhüppe, Christian Schnell
München

Es sind die Fragen, die die deutschen Zulieferer seit Jahren umtreiben: Wie sollen sie sich verhalten, wenn immer mehr Autos außerhalb Europas verkauft werden? Vor allem in den aufstrebenden Ländern wie China und Brasilien. Müssen sie letztlich auch dort präsent sein?

Einer, der darauf für sein Unternehmen längst eine Antwort gefunden hat, ist Bernd Eckl, Executive Vice President bei Getrag. Für den Zulieferer von Getrieben und Kupplungen für Autos und leichte Nutzfahrzeuge aus dem schwäbischen Untergruppenbach ist es zunehmend wichtig, vor Ort für die Märkte zu produzieren. „Die Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland ist eine logische Folge davon“, bringt es Eckl auf den Punkt. 23 Standorte mit insgesamt rund 13 000 Mitarbeitern hat der Konzern mittlerweile. Darunter auch über 1300 im chinesischen Guangzhou.

Gerade bei der Standortauswahl hätten die Autokonzerne weiterhin einen großen Einfluss, berichtet Karl Krause, Vorstandsvorsitzender des Zulieferers Kiekert. Der Mittelständler aus Heiligenhaus bei Düsseldorf ist einer der Top-Hersteller von Autoschlössern und Zentralverriegelungen. Auch er hat schon seit einiger Zeit einen Produktionsstandort in China, nämlich in Changshu.

„Insbesondere die Kundennähe spielt für Kiekert bei der Standortauswahl eine große Rolle“, berichtet Krause aus der Praxis. Aus seiner Sicht profitieren Zulieferer und Hersteller von dem engen Austausch in den Märkten und Regionen.

Wie sehr sich indes in den aufstrebenden Nationen in den vergangenen Jahren das Bild verändert hat, zeigt ein Blick auf die Situation bei Facharbeitern. Auch in China - für die Industrie der mit Abstand wichtigste neue Absatzmarkt - gebe es mittlerweile einen Mangel. Dem entge-

gentreten könne man nur, indem man die Mitarbeiter selbst schult.

Bei Kiekert geschieht dies in der deutschen Zentrale. Dort werden die Mitarbeiter mit dem „Kiekert-Gen geschult“, wie es Krause ausdrückt. Zu ihrer Rückreise sollen sie dann die gleichen Vorstellungen von Qualität und Disziplin nach China mitnehmen, wie sie diese in Heiligenhaus vorgefunden haben. Gleichzeitig profitieren beide Seiten von dem kulturellen Austausch.

Dabei kann gerade Kiekert besondere Erfahrungen einbringen. Das Unternehmen gehört seit einiger Zeit der chinesischen Lingyun Industrial. War es bislang in der Branche so, dass deutsche Unternehmen ins Reich der Mitte expandierten, so ist der Fall Kiekert ein Beispiel dafür, dass seit einiger Zeit auch der umgekehrte Weg in der Branche beschritten wird. „Die Erfahrungen sind ausschließlich positiv“, berichtet Kiekert-Chef Krause.

Und auch der Ideenaustausch muss längst keine Einbahnstraße zwischen Deutschen und Chinesen mehr sein. Gleichfalls sei die kulturelle Vielfalt durch die Zusammenarbeit mit den chinesischen Partnern wertvoll, berichtet Getrag-Manager Eckl aus dem täglichen Umgang miteinander. „Auch wir Deutschen können viel von den Chinesen lernen“, ist seine Erfahrung.

Letztlich muss man sich in der Branche über eines im Klaren sein: „Ohne die Umsatzzuwächse in China kann die Stagnation am europäischen Automarkt nicht kompensiert werden“, sagt Getrag-Manager Eckl. Dass sich an den schwierigen Zeiten in Kürze etwas ändern wird, daran glaubt in der Branche ohnehin niemand. Das war auch beim Handelsblatt Auto-Gipfel zu spüren. Insofern stellt sich die Frage, ob man den Herstellern in die neuen Absatzmärkte folgt, gar nicht mehr. Die meisten Zulieferer haben sie längst für sich beantwortet: Sie sind schon dort.



1 Audi-Chef Rupert Stadler kam frisch aus China zum Auto-Gipfel nach München.

2 Blick ins Foyer des Hotels Bayerischer Hof, Ort des Handelsblatt Auto-Gipfels. Zu sehen ist der Mercedes SLS AMG Electric Drive.

3 Daimler-Chef Dieter Zetsche in intensiver Debatte mit Audi-Chef Stadler.

4 Buchautorin, Journalistin und TV-Moderatorin Birte Karalus führte die 250 Gäste in München souverän durch das abwechslungsreiche Programm.

