unternehmer magazin

65. Jahrgang · G 4012 · 12,50 Euro

unternehmermagazin

Inhaber im Mittelstand • Zeitschrift für Familienunternehmen

1/2 • 2017

75.000 Auflage

Titelthema

Märkte von morgen

Asien in allen Schattierungen

Special

Stiftungen

Titelthema
Aufstieg des Kontinents
Volkswirtschaften in Fernost

Extra
Starke Preisvorteile
Energieeinkauf im Internet

Special
Vermögensverwaltung
Regeln und Rechnungslegung

Asien 3.0

Erfahrungen, Entwicklungen, Erfolge

VOLKSWIRTSCHAFT Der immense Aufstieg asiatischer Nationen, den wir seit Jahrzehnten erleben, sucht in der Wirtschaftsgeschichte seinesgleichen. Dabei geht es nicht nur um China oder Indien. Der ganze Kontinent akzeptiert die Vorherrschaft der alten Industrienationen nicht mehr. Während unsere westliche Welt mit Überalterung, Politikmüdigkeit und Verschuldung kämpft, zeichnen sich die meisten Länder Asiens durch Wachstum sowie eine junge, lernfähige, leidensfähige und leistungsfähige Bevölkerung aus.

In Asien ist einiges in Bewegung: Nachdem viele Staaten seit der Währungskrise 1997 Strukturreformen durchgeführt und enorme Devisenreserven angehäuft haben, steigen asiatische Unternehmen heute zu »Global Playern« auf, die spektakuläre Übernahmen betreiben. Es gibt hohe Überschüsse in den Leistungsbilanzen, steigende Einkommen, starken Konsum und großen Nachholbedarf hinsichtlich der Infrastruktur. Die allenthalben rasch wachsende Mittelschicht entwickelt ihre Bedürfnisse und erzeugt so qualifiziertes Wachstum. Viele Länder würden die Maastrichtkriterien wohl erfüllen.

Dabei stellt Asien mit seinen vier Milliarden Menschen rund 60 % der Weltbevölkerung. Der Kontinent wächst seit Jahren mit rund 7 % global am schnellsten und am nachhaltigsten. Laut Zahlen der Weltbank trägt er bereits über ein Drittel zum globalen BIP bei, bis 2040 sollen es mehr als zwei Drittel sein. 2050 werden mit China, Indien und Japan drei der vier größten Wirtschaftsmächte asiatisch sein. Zudem liegen zehn der zwölf Volkswirtschaften, die in den letzten 25 Jahren am meisten wuchsen, in Asien, darunter Malaysia, Indonesien und Singapur.

Die Menschen ▸ Bei alledem wird die enorme kulturelle und politische Vielfalt der Länder immer noch unterschätzt, zumal es schwer fällt, die Vielzahl von Staatssystemen, Lebensstandards, religiösen Prägungen und Werten zu erfassen. Seit jeher kulturell auf lebenslanges Lernen getrimmt und beflügelt von dem Wunsch, den Westen auszustechen, bietet Asien ein gigantisches Reservoir junger Menschen, die sowohl als Produzenten als auch als Konsumenten den Ton angeben. Dabei spielen Familien eine bedeutsame Rolle, so dass die interkulturelle Kompetenz noch wichtiger als in anderen Märkten ist. Dabei stärkt der Wiederaufstieg Asiens an die Weltspitze das Selbstbewusstsein der zum Teil jahrtausendealten Kulturen.

> **»Asien trägt bereits über ein Drittel zum globalen BIP bei. Bis 2040 sollen es mehr als zwei Drittel sein.«**

Um das zu verstehen, muss man denken und fühlen wie eine Asiate, wobei Vertrautheit mit der Geschichte und den Gepflogenheiten der Länder ohnehin unabdingbar für den Geschäftserfolg ist. Ansonsten gibt es wie überall auf der Welt profane Probleme durch Korruption, ineffiziente Bürokratien, doppelte Buchführung, Betrügereien und Plagiate. All dies aber wurde nicht in Asien erfunden. Ganz im Gegenteil: Die Menschen in Fernost haben schon in früheren Zeiten lange gut gewirtschaftet. Sie sind traditionell innovativ und sehr strukturiert. In diesem Sinne sollte man nicht eurozentrisch agieren, sondern sich vor Ort mit wachem Blick auf die Gegebenheiten einstellen und einlassen.

Die meisten Länder verfolgen langfristige Strategien à la Sun Tsu, ein chinesischer General und Philosoph, der im sechsten Jahrhundert vor Christus lebte und eine große »Kunst des Krieges« hinterlassen hat. Sie haben korporatistische Strukturen, in denen Politik und Wirtschaft eng verflochten sind, und sie passen sich ausgezeichnet an. Rechtssicherheit gibt es überwiegend wie bei uns.

Die Märkte ▸ Eine Niederlassung in einem asiatischen Land sollte also nicht nur die geringeren Produktionskosten nutzen wollen. Fast jede asiatische Metropole bietet in einem Flugradius von drei Stunden Zugang zu meh-

reren Milliarden Konsumenten, von denen Abermillionen, Tendenz steigend, zur Mittelschicht zählen. Diese Verbraucher haben frei verfügbare Einkommen, Geschmack, wachsende Qualitätsansprüche, und sie lieben Marken. Bei alledem werden in Asien zunehmend technische Standards gesetzt, Innovationen hervorgebracht und umgesetzt.

Asiatische »Hidden Champions« sind durch die Skalierbarkeit ihrer Geschäftsmodelle, ihre riesigen Heimatmärkte, die strenge Selektion im Binnenwettbewerb und volle Kassen auf dem Sprung, globale Champions zu werden. Sie zeigen hohe Innovationskraft, streben nach Qualität und haben im Maschinenbau und im Automobilbereich auch die nötige Fertigungstiefe. Grundlagentechnologie wurde gekauft, abgepresst oder kopiert, meist aber weiterentwickelt.

Obwohl die Lohnkosten und die Sozialkosten auch in Asien steigen und von den Umweltkosten getrieben werden, ist Vieles immer noch günstiger als in Europa. Insofern sollten deutsche Unternehmen zumindest vor Ort sein, um die Ansprüche und den bisweilen ausgefallenen Geschmack der asiatischen Verbraucher durch eine F&E-Einheit kennenzulernen. Noch besteht in Asien, zumal in China und Indien, Bedarf an deutschem Know-how und an unserer Qualität.

Durch das Zusammenspiel deutscher Technologieführerschaft mit asiatischer Fertigungskapazität entstehen Produkte für die Ausfuhr in andere asiatische Länder, aber auch für den Reexport bzw. für den Vertrieb durch in Europa ansässige »Joint Ventures«. Asien ist nicht mehr nur als Absatzmarkt interessant, sondern als strategische Region unverzichtbar um global erfolgreich zu sein.

Die neue »Asian Economic Community« (AEC) ist seit Januar 2016 aktiv und soll nach dem Muster unserer EU einen Binnenmarkt schaffen, in dem sich Güter, Dienstleistungen, Kapital und Arbeitskräfte frei bewegen. Während die Löhne in China jedes Jahr um 10 % steigen, wobei es durch die Demographie Probleme gibt, Talente zu gewinnen, und während Indien wegen seiner maroden Infrastruktur jeden zweiten Wassertropfen und jede zweite Kilowattstunde verliert, ist Südostasien bereits ein solcher gut vernetzter Binnenmarkt. Die Löhne liegen tief, so dass es interessant ist, in Ländern wie Thailand oder Vietnam für den Export zu produzieren oder um den lokalen Markt mit lokalen Partnern direkt zu adressieren.

Chinas Präsident Xi Jiping will durch die Initiative »One Road One Belt« (OBOR) einen Wirtschaftskorridor schaffen und neue Handelswege und Transportbrücken zwischen China, Zentralasien und Europa bauen. Die neue »Seidenstraße«, die zwischen Rotterdam und Xian über die eurasische Landplatte verläuft, ist schon in Betrieb. Außerdem werden bereits zahlreiche Güter auf der Schiene über Kasachstan und Russland bis Duisburg transportiert, womit sie logistisch rund ein Drittel schneller und billiger als im seegestützten Containerverkehr sind.

China, das Land der Superlative und der höchsten »Rolls Royce«-Dichte der Welt, befindet sich in einem Paradigmenwechsel. »Made in China« soll bald ein internationales Gütesiegel sein. Diesbezüglich spielt das Programm »China 2025« für die Innovationskraft und das Technologieniveau der fertigenden Industrie eine Rolle. China will bis Mitte des Jahrhunderts auch wirtschaftlich eine Supermacht werden, und zwar vor allem durch die Digitalisierung und die Automatisierung seiner Industrieproduktion.

Die heimische Automobilindustrie hinkt zwar noch hinter der deutschen her, doch in den siebziger Jahren wurden auch japanische Autos belächelt, was sich in den Achtzigern mit koreanischen Fabrikaten wiederholte. Beide Länder lernten jedoch rasch und wuchsen zu globalen Automobilmächten heran. Es gibt keinen Grund, warum sich das nicht mit China in der E-Mobilität und im Maschinenbau, in der Luft- und Raumfahrt sowie in der Biotechnolgie wiederholen sollte. China meldet schon seit 2014 deutlich mehr Patente an als Deutschland und die USA zusammen. Mag auch die Qualität nur bedingt Weltmarktstandard sein, so sind die Chinesen im Unterschied zu den Massenanmeldungen aus Japan in den achtziger Jahren innovativer. Und das ist erst der Anfang.

Die Investitionen in F&E legten von 2005 bis 2014 von 30 auf 200 Mrd. US-Dollar zu, während nur 5 % der chinesischen Patente auch in Europa und in den USA eingereicht wurden. Zudem verdanken sich erfolgreiche Innovationen in China oft nicht der wissenschaftlichen Forschung, sondern den Abläufen, dem Kundendienst und dem Produktdesign. Daher muss Chinas Weg auch nicht unbedingt lang und mühsam sein. Die sy-

► *Fortsetzung auf Seite 16*

Buch 14

QUALITÄT IST ALLES

Exzellente Prozesse und fehlerfreie Produktion

Ein Arbeitsbuch für Unternehmer

Neues Standardwerk

BESTSELLER!

» Dr. Hartmut Frei

Wenn Sie Qualität nicht für ein absolutes Führungsthema halten, sollten Sie dieses Buch nicht lesen. Falls Sie Qualität aber immer schon zur Chefsache machen wollten, wird es sie interessieren. Moderne »Null Fehler«-Konzepte leisten mehr, als das Zertifizierungs(un)wesen kann. Die Rückführung des Themas auf seine Wurzeln beseitigt teure Parallelwelten in Unternehmen. Zudem nimmt die Qualität der Produkte sowie der Prozesse nachhaltig zu. Führen heißt verändern!

ISBN: 978-3-937960-26-5 • 29,90 €
Bestellung (Sofortige Auslieferung)
Tel.: 0228/95459-85 • Fax: -80 oder jederzeit in unserem Online-Shop im Internet: www.unternehmermedien.de

UNTERNEHMER MEDIEN GMBH

GEDANKEN FÜR GENERATIONEN

▸ *Fortsetzung von Seite 15*

stematische Innovationspolitik, die sich in der Gründung vieler Hochschulen und Forschungszentren manifestiert, steigert aufgrund der Masse die Wahrscheinlichkeit.

Das Paradebeispiel ist die Zahl der Ingenieure. In Deutschland kommen jährlich 70.000 auf den Arbeitsmarkt, in China sind es 700.000. Selbst wenn nur die Hälfte von ihnen Weltmarktniveau erfüllt, bleibt immer noch der Faktor fünf zu eins. Außerdem bleiben die Kostenvorteile in der Produktion trotz steigender Löhne und Sozialabgaben. Der chinesische Maschinenbau legt seit Jahren gesunde 4 bis 5 % pro Jahr zu, die Industrialisierung der Landwirtschaft erzeugt Bedarf an Landtechnik sowie an Nahrungsmittelmaschinen und an Verpackungsmaschinen. Indessen schreitet die Entwicklung eines modernen Industriestandorts energisch voran.

Dr. Karl Pilny

Deshalb ist es so wichtig, dass deutsche Unternehmen nicht nur langlebige Güter verkaufen, sondern auch erstklassige »After Sales Services« bieten. Selbsterklärend sollte sein, dass die Produkte an den lokalen Markt angepasst, also weder »overengineered« noch veraltet sind, so wie es der VW Santana war.

China hat die USA schon 2013 als größte E-Commerce-Macht der Welt überholt. Inzwischen wirken selbst Giganten wie Amazon im Vergleich mit ihren aufkommenden chinesischen Kontrahenten klein. Der chinesische Binnenhandel wird durch Bestellungen im Internet getrieben. Die höhere Kaufkraft und neue Bedürfnisse lassen diesen Markt explodieren. Zugleich geht der Außenhandel tendenziell zurück. China setzt seinen jüngsten Fünfjahresplan um und will weniger als Werkbank der Welt fungieren. Insofern werden im IT-Sektor immer mehr Aktivitäten mit höherer Wertschöpfung ins Reich der Mitte verlagert. Das betrifft auch Fertigungsstätten für Chips, da China mehr für deren Import als für die Einfuhr von Öl bezahlt. Daher nehmen die Industrieproduktion und der Außenhandel ab, wobei der Konsum im Inland wächst. Das Land hat mit rund 300 Millionen Menschen schon die mächtigste Mittelschicht der Welt. Sie soll sich bis 2020 noch einmal verdoppeln.

Mit über 700 Millionen regelmäßigen Internetnutzern besitzt China auch die größte globale Online-Gemeinde, gerade einmal die Hälfte der Bevölkerung. In diesem Kontext hat China die USA auch als führender Markt für Expresslieferungen überholt, wobei es nach wie vor Probleme im Logistikbereich gibt, was die weitere Entfaltung der Firmen im E-Commerce bremst. Hier bieten sich für deutsche Unternehmen Chancen im Ausbau der nationalen Infrastruktur. An der weiteren Automatisierung der lokalen Auslieferungslager führt kein Weg vorbei. Möglichkeiten ergeben sich aber auch aus Investitionen in eine umweltfreundlichere Produktion. Dabei ist es eine politische Notwendigkeit, die ganz erheblichen Umweltbelastungen zu reduzieren. Die chinesische Regierung muss und will ihrer Bevölkerung »den blauen Himmel zurückgeben«. Tatsächlich werden erneuerbare Energien genutzt und es gibt auch ein brauchbares Umweltschutzgesetz, doch in den Großstädten wie Peking und Shanghai müssen der Verkehr und viele produzierende Betriebe oft tagelang gedrosselt werden.

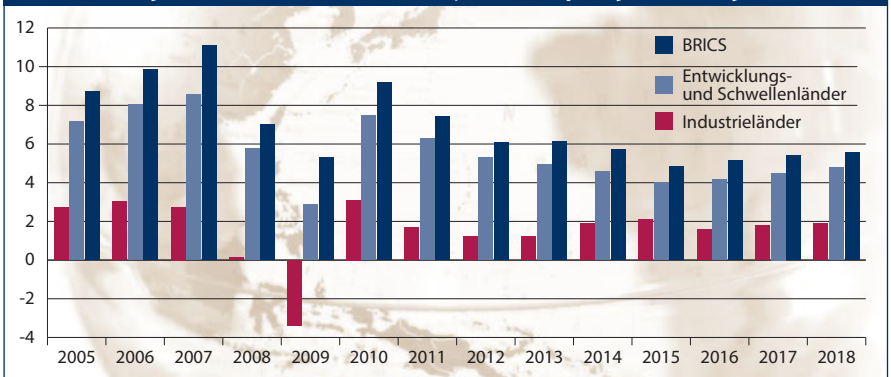
Verantwortlich für den Smog ist der unverändert hohe Einsatz von Kohle zum Heizen. 65 % der Primärenergie wird unverändert aus Kohle gewonnen. Dabei stehen bereits ein Drittel aller Windkraftanlagen weltweit in China. Deutschland wurde diesbezüglich 2015 überholt. 2020 sollen außerdem rund fünf Millionen Elektrofahrzeuge zugelassen sein. Diese Bestrebungen werden sich noch intensivieren, um den technologischen Rückstand der heimischen Unternehmen aufzuholen. Die Größe des Landes und der Probleme bieten deutschen Firmen also gute Chancen, die Umwelttechnologien, erneuerbare Energien und Reinigungstechnologien im Portfolio haben. Wasseraufbereitungsanlagen, Filteranlagen und Sensoren werden langfristig in großer Zahl gebraucht.

Doch auch die zweitgrößte Wirtschaft Asiens, Japan, die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt, bietet interessante Möglichkeiten, wobei das Land zuletzt lange im Schatten des starken Wachstums von China und Indien stand. Seit die »Abenomics« aber die Wirtschaft wieder animieren sowie auch im Hinblick auf die Olympischen Spielen in Tokio 2020 lohnt es sich, Nippon ins Auge zu fassen. Beispielsweise investiert das Land deutlich mehr als China und Südkorea im Ausland, wobei Japan bei den alternativen Energien und in der Elektromobilität auf Augenhöhe mit Deutschland ist. Insofern ist konsequent, dass die beiden Regierungen eine engere Kooperation hinsichtlich der »Industrie 4.0« und hier insbesondere in den Bereichen Standards, Datensicherheit und Zusammenarbeit mittelständischer Unternehmen vereinbart haben.

Für deutsche Unternehmen stellen sich im Übrigen auch Chancen auf interessante Drittmarktgeschäfte dar, bei denen sie gemeinsam mit japanischen Unternehmen in Asien aktiv werden können. Hier helfen die ähnliche Mentalität, das gleiche Qualitätsbewusstein und die Zuverlässigkeit.

▸ *Fortsetzung auf Seite 18*

Veränderung des realen Bruttoinlandsprodukts | Vorjahresvergleich (in %)



Mitte des Korridors der KfW-Prognosen für 2017 und 2018. BRICS: Brasilien, Russland, Indien, China, Südafrika.

Quelle: KfW, eigene Berechnungen

► *Fortsetzung von Seite 16*

Indien, die drittgrößte Volkswirtschaft Asiens und ökonomisch ebenfalls eine Supermacht in spe, hat viele Probleme und viel Potential, zumal der Subkontinent inzwischen schneller wächst als China, das er 2030 mit dann 1,8 Milliarden Menschen als bevölkerungsreichstes Land der Erde ablösen wird. Über 50 % der Bevölkerung ist jünger als 25 Jahre. Dabei trägt Indien nur etwas mehr als 10 % zur gesamtasiatischen Wirtschaftsleistung bei. Das BIP pro Kopf erreicht nur knapp ein Drittel des chinesischen Werts und liegt damit knapp über dem Niveau von Afrika. Die Gründe sind die grassierende Korruption, bürokratische Exzesse und das Kastenwesen. Das indische Wachstumsmodell konzentriert sich auf den Dienstleistungssektor, der mit einem Anteil von fast 50 % am BIP fast auf dem Niveau der Industriestaaten liegt. Demgegenüber entwickelt sich der industrielle Sektor nur verhalten. Die Infrastruktur ist trotz aller Pläne nur schwach entwickelt. Dasselbe gilt für den Bildungs- und Gesundheitssektor.

Sollte es Indien gelingen, sich weiter zu reformieren und zu öffnen, bietet das Land jedoch große Chancen, da die demographische Perspektive günstiger als in China ist. Dafür wäre jedoch die umfassende Modernisierung und Erneuerung der Infrastruktur und der Verwaltungsstrukturen unabdingbar, ebenso die Reform des Kastenwesens und die Senkung der Analphabetenquote.

Seit 2014 versucht dies als Premier der politische Außenseiter Modi, der keiner der mächtigen Sippen angehört. Als er im Herbst 2016 die 500- und die 1000-Rupien-Scheine über Nacht für ungültig erklärte, war es den meisten Indern unmöglich, nach dieser Sperrung von 86 % des Bargelds auf den elektronischen Geldverkehr auszuweichen, da über 600 Millionen Menschen keinen Zugang zum Internet haben, wobei es immerhin 200 Millionen neue Online-Konten gibt.

Entscheidend ist, ob es Modi gelingt, eine einheitliche Mehrwertsteuerreform durchzuführen und die Rupie zu stabilisieren. Das Land profitiert natürlich auch von den niedrigeren Energiepreisen, doch 520 Millionen Inder haben immer noch keinen Strom. Kohle ist wie in China der wichtigste fossile Energieträger, gefolgt von Holz und anderer Biomasse sowie von Öl und Erdgas, so dass Indien nach China und den USA der drittgrößte Emittent von Kohlendioxid ist. Die Regierung will in den nächsten sechs Jahren eine Kapazität von 175 GW erneuerbarer Energien errichten, von denen allein 40 GW

»Die Chancen deutscher Unternehmen in Asien überwiegen die Risiken kurzfristig, mittelfristig und langfristig bei weitem.«

Solaranlagen sein sollen, was dem Volumen entspricht, das in Deutschland seit Anfang der neunziger Jahre insgesamt an PV-Anlagen installiert worden ist. Chancen für deutsche Unternehmen liegen also in diesem Bereich sowie im Einzelhandel, in der Medizintechnik und im Konsumgüterbereich.

Noch dynamischer ist das »neue China« Vietnam, eines der am schnellsten wachsenden Länder überhaupt. Die gravierenden Probleme mit der Inflation und dem Werteverfall der Landeswährung Dong sind überwunden. Der große Nachholbedarf im Konsum, in der Infrastruktur sowie im Aufbau der Industrie und einer effizienten Verwaltung ist ein starker Treiber für Unternehmer und Investoren. Das Land ist politisch stabil, legt ein hohes Tempo vor und hat mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 2.100 US-Dollar mittleres Niveau erreicht. Mit 93 Millionen jungen und motivierten, konfuzianistisch geprägten Menschen, die im Schnitt 25 Jahre alt sind, gibt es einen attraktiven Pool an Arbeitskräften und Verbrauchern.

Dank mehrerer Freihandelsabkommen ist Vietnam trotz des Scheiterns von TTIP in die Weltwirtschaft integriert. Das Wachstum ist langfristig und nachhaltig. Die stabilen ausländischen Direktinvestitionen fließen zu zwei Dritteln in das verarbeitende Gewerbe. Aus China, Südkorea, Japan und Taiwan werden ganze Industriezweige wie die Textilindustrie nach Vietnam weitergereicht. So fertigt Samsung bereits die Hälfte seiner Smartphones hier. Die Direktinvestitionen explodieren förmlich und die Handelsbilanz ist ausgewogen. Infrastruktur, Dienstleistungen und Konsumgüter bieten allen Unternehmen Chancen, die eine »China plus One«-Strategie verfolgen, was sehr anzuraten ist.

Taiwan ist nur so groß wie Baden-Württemberg, führt aber auf den Feldern Vernetzung und Robotik. Es gibt ein »Connectivity 4.0«-Programm für Maschinen, die mit Aktoren, Sensoren und Steuersoftware ausgestattet sind. Weil Taiwan im Maschinenbau und in der IT auch durch die Fertigung von Computern und iPhones ausgewiesen ist und über 140 qualifizierte Hochschulen unterhält, trifft man in diesem Bereich ein ideales Ökosystem an, das außerdem eine großzügige strategische staatliche Förderung erlebt. Das kleine Land ist mit einer Exportquote von 80 % global der siebtgrößte Hersteller von Werkzeugmaschinen.

Auch die Philippinen sind ein interessanter Wachstumsmarkt mit einer jungen Bevölkerung, über 100 Millionen sind unter 30, mit wenig Schulden und wachsender Wirtschaft. Das BIP pro Kopf liegt zwar nur bei 2.900 Dollar, was ungefähr der Hälfte des Werts von Thailand entspricht, doch die Wirtschaft legt in den letzten Jahren konstant 6 % zu. Im einzigen katholischen Land Asiens bleibt die Geburtenrate hoch, so dass

► *Fortsetzung auf Seite 20*

Ausgewählte Schwellenländer | BIP und Verbraucherpreise

	Gewicht	Bruttoinlandsprodukt 2015	2016	2017	2018	Verbraucherpreise 2015	2016	2017	2018
Malaysia	1,7	5,0	4,3	4,6	4,4	2,1	2,1	2,6	3,0
China	41,0	6,9	6,7	6,4	5,9	1,4	2,0	2,2	2,2
Indien	16,8	7,3	7,1	6,8	7,2	4,9	5,3	4,0	5,0
Asien gesamt	**69,5**	**6,6**	**6,5**	**6,2**	**6,0**	**2,8**	**3,0**	**2,8**	**3,2**
Brasilien	6,8	-3,8	-3,6	-0,7	1,8	9,0	8,7	4,9	4,5
Mexiko	4,7	2,6	2,1	2,0	2,1	2,7	2,8	4,0	3,2
Lateinamerika gesamt	**17,7**	**-0,3**	**-1,3**	**0,7**	**2,0**	**8,4**	**8,4**	**6,6**	**5,6**
Russland	7,9	-2,8	-0,2	1,1	1,5	15,5	7,0	4,8	5,0
Türkei	3,4	4,0	2,0	1,6	4,7	7,7	7,8	9,5	8,0

Quelle: IMF, International Financial Statistics, OECD, Main Economic Indicators; nationale Statistiken; IfW

ASEAN-Staaten

Lukrativer Binnenmarkt

Mittelfristig sind die ASEAN-Staaten die aussichtsreichste Region in Asien. Die beiden Favoriten heißen Vietnam und Myanmar. Mit zehn Mitgliedsstaaten und einer Gesamtbevölkerung von 600 Millionen ist der Wirtschaftsraum größer als die EU, wobei kaum nationalstaatliche Souveränität an die gemeinsamen Institutionen delegiert wurde. Der Staatenbund feiert im August 2017 seinen 50. Geburtstag. Zwischen den höher entwickelten »ASEAN-6« wurden fast alle Zölle abgeschafft und die Tarife für die jüngeren Mitglieder Vietnam, Laos, Kambodscha und Myanmar auf unter 5 % gesenkt. Insofern dürfte die weitere Liberalisierung der Wirtschaftsunion starke positive Effekte haben, auch wenn das Regelwerk des Gemeinsamen Marktes noch unfertig ist.

Der Warenverkehr innerhalb der Staatengruppe, der bislang mit etwa 30 % am Gesamthandel noch eher gering ausfällt, nimmt mit Sicherheit weiter zu. Unter diesen Vorzeichen träfen ausländische Direktinvestitionen ähnliche Rahmenbedingungen an, wobei die EU aktuell mit 18,3 % der größte Investor ist, gefolgt von Japan mit 13,4 %. Die gemeinsamen Regeln senken die Kosten und der ASEAN-Markt würde damit auch für Firmen attraktiver, die einstweilen nur in einem oder in zwei Mitgliedstaaten aufgestellt sind.

Hinzu kommt, dass das Freihandelsabkommen der ASEAN-Staaten mit China heute bereits 1,9 Mrd. Konsumenten betrifft. Ebenso werden »Private Public Partnership«-Projekte noch interessanter. Für die Mekongstaaten Laos, Myanmar, Vietnam und Thailand planen China und Japan in eigenen Initiativen Aufbauprojekte, China unter Beteiligung der »Asian Development Bank« (ADB) und der neuen »Asian Infrastructure Investment Bank« (AIIB).

Bei alledem werden die ASEAN-Staaten nachhaltiges Wachstum nur durch eine enge Koordinierung ihrer Ressourcen in der Forschung und in der Technologiepolitik schaffen. Momentan sind die ASEAN-Staaten mit insgesamt 2,3 Billionen US-Dollar und einer durchschnittlichen Wachstumsrate der letzten 15 Jahre von 6 % die dritte Wachstumssäule in Asien. Das durchschnittliche BIP liegt zwar nur bei rund einem Drittel des BIP von China, doch schon ein Viertel über dem von Indien. Damit sind die ASEAN-Staaten mit ihren rund 3.600 US-Dollar pro Kopf als mittlere Einkommensregion zu betrachten. Die riesigen Unterschiede zwischen Singapur und Brunei mit Pro-Kopf-Einkommen von 39.000 bzw. 49.000 US-Dollar sowie Myanmar und Kambodscha mit gerade einmal 900 US-Dollar indizieren den gigantischen Nachholbedarf.

Die Bedeutung der ASEAN-Staaten liegt in der Errichtung der größten Freihandelszone der Welt, die Zölle eliminiert und die den Handel erleichtert, die Investitionen fördert, aber auch den Luftverkehr und die Schifffahrt wettbewerbsfähiger macht. In der gemeinsamen Währungspolitik kann der chinesische Renminbi eine Rolle spielen. Langfristig besteht kein Zweifel daran, dass China eine globale Handels-, Reserve- und womöglich sogar eine neue Leitwährung besitzt. Unabhängig davon ist es in den ASEAN-Staaten dank ihrer politischen Stabilität, der Rechtsicherheit, des Arbeitsmarkts, der Lohnkosten und der Antikorruptionskampagnen angenehmer und leichter, Geschäfte zu machen, als in anderen Ländern Asiens.

► *Fortsetzung von Seite 18*

die Bevölkerung mittelfristig wohl 150 Millionen erreichen wird. Die Philippinen bestehen aus 7.500 Inseln mit einer Gesamtfläche wie Italien und sie sind reich an Ressourcen und biologischer Vielfalt. Sowohl die Staatsverschuldung als auch die Verschuldung der Firmen und des privaten Sektors sind gering. Einzelhandel, Konsumgüter, Telekommunikation und Straßenbau bieten Investoren Perspektiven.

BASF • Wasseraufbereitungsanlage im Chemiewerk (Nanjing/China)

Große Chancen eröffnet unverändert Myanmar, dessen Wirtschaft mit rund 7 % wächst. Beobachter erwarten auf Sicht sogar ein durchschnittliches Wachstum von rund 9,2 %, das durch weitere Finanzhilfen und Direktinvestitionen aus dem Ausland gefördert werden soll. Da sich das ressourcenreiche Land, das im 19. Jahrhundert eines der reichsten Südostasiens war, gerade erst entfaltet, gibt es erheblichen Bedarf in der Infrastruktur, in der Elektrifizierung und im Bildungswesen. Die buddhistisch geprägte, interessierte junge Bevölkerung ist ein absolutes Plus. Es gibt keinen Grund, warum das ehemalige Burma nicht das Wirtschaftswunder seines Nachbarn Thailand wiederholen und sogar übertreffen könnte. Die Regierung will die Energieversorgung und den Verkehrssektor mit ausländischen Investoren ausbauen. Zudem sollen die Kommunikation, die Rohstoffgewinnung und der Tourismus entwickelt werden. Dabei hängt Myanmar von China als wichtigstem Lieferland ab, wobei China neben Thailand auch der wesentliche Absatzmarkt ist. Ausgeführt werden Agrarprodukte, Textilien, Erze und Metalle. Deutsche Unternehmen

Deutscher Außenhandel | Exporte nach Asien (2016)

Angaben in Mrd. Euro	Export absolut	Gegenüber dem Vorjahr	Anteil am Gesamtexport	Rang
China	76,108	6,6 %	6,3 %	5
Indien	9,801	0,3 %	0,8 %	24
Indonesien	2,426	-8,8 %	0,2 %	55
Japan	18,354	7,8 %	1,5 %	17
Südkorea	17,246	-3,8 %	1,4 %	19
Malaysia	4,763	-1,1 %	0,4 %	40
Philippinen	2,057	-4,4 %	0,2 %	57
Singapur	6,732	1,8 %	0,6 %	34
Taiwan	7,560	2,1 %	0,6 %	32
Thailand	4,410	8,9 %	0,4 %	42
Vietnam	2,616	13,8 %	0,2 %	50
Summe ASIEN	200,459	1,8 %	16,6 %	

Quelle: DIHK

haben auch Chancen im Maschinenbau. In Thailand sind die Aussichten nach der Thronbesteigung des neuen Königs wieder besser.

Bangladesch ist mit über 140 Millionen Einwohnern auch ein Land mit Potential, das über eine florierende Textil- und Baustoffindustrie verfügt. Doch neuerdings macht sich ein islamistischer Fundamentalismus breit, der das politische Leben und die Wirtschaft beeinträchtigt. Dabei hatte Bangladesch eigentlich geplant, seinen Status als bitterarmes Land zum fünfzigjährigen Jubiläum des Unabhängigkeitstags 2021 überwunden zu haben. Sollte dies unter Beilegung der politischen Probleme gelingen, könnte es weiter aufwärts gehen.

Indonesien bleibt solide auf Wachstumskurs. Die enormen Rohstoffvorkommen halten noch lange vor. Präsident Widodo bekämpft erfolgreich die Korruption und will das Land zu einer globalen maritimen Adresse machen, indem über 1.500 Häfen modernisiert oder neu gebaut werden sollen. Thailand baut seine Verkehrsinfrastruktur ebenfalls aus. Zudem ist die Mongolei interessant, aber mit 3 Millionen Menschen nur ein kleiner, rohstofflastiger Markt.

Generell gibt es für deutsche Unternehmen in Asien gute Aussichten im Nahrungsmittelbereich. In China haben viele Skandale dazu geführt, dass immer mehr Lebensmittel online gekauft werden, und zwar am liebsten aus Deutschland. Auch Japaner zahlen für internationale Nahrungsmittel, gern aus Deutschland, höhere Preise. Sobald sich der gewaltige indische Binnenmarkt für den Einzelhandel öffnet, bestehen auch hier gute Chancen für deutsche Produzenten.

Fazit ▸ Asien ist als ein dynamisches Ganzes zu verstehen, das sich arbeitsteilig integriert. Jeder zweite Euro im Export der Länder wird bereits im innerasiatischen Handel erzielt. Diese Strukturen lassen sich nur unter Einbeziehung historischer, politischer und soziokultureller Trends und Tendenzen verstehen. Die Chancen überwiegen dabei die Risiken kurzfristig, mittelfristig und langfristig bei weitem. Das große asiatische Jahrhundert setzt sich also stürmisch fort. ■

Dr. Karl Pilny, Geschäftsführender Gesellschafter der Beratungs- und Investmentgesellschaft asia21 gmbh, Zürich
Of-Counsel der internationalen Anwaltskanzlei Dentons (Berlin)

Deutscher Außenhandel | Importe aus Asien (2016)

Angaben in Mrd. Euro	Import absolut	Gegenüber dem Vorjahr	Anteil am Gesamtimport	Rang
China	93,757	2,2 %	9,8 %	1
Indien	7,616	0,7 %	0,8 %	28
Indonesien	3,839	-2,6 %	0,4 %	38
Japan	21,951	8,6 %	2,3 %	15
Südkorea	7,704	0,5 %	0,8 %	27
Malaysia	7,570	8,0 %	0,8 %	29
Philippinen	2,840	-5,6 %	0,3 %	42
Singapur	5,357	-8,7 %	0,6 %	33
Taiwan	8,570	5,1 %	0,9 %	24
Thailand	5,356	6,1 %	0,6 %	34
Vietnam	8,753	9,0 %	0,9 %	23
Summe ASIEN	193,291	2,6 %	20,2 %	

Quelle: DIHK