

Produkte und Dienstleistungen der SHK-Technik in China

Zukunftsmarkt für Haustechnik?

Volkmar Ebert, Dieter Karsten*

Zunehmend entwickelt sich China zum weltweit bedeutendsten Einzelmarkt für SHK-Produkte und -Dienstleistungen. Eine Studie vom Münchner Marktforschungsinstitut Technomar soll bis Ende 1998 die technischen Gegebenheiten, Zukunftsperspektiven, Markteintrittschancen und -strategien klären. SBZ-Leser erfahren die wichtigsten Grundlagen bereits vorab.



China – ein Markt mit Eigenheiten: Heizungen sind in weiten Teilen des Landes verboten und Weiß für Sanitärkeramik tabu

Viele Indikatoren deuten darauf hin, daß sich China in den nächsten Jahren zum weltweit bedeutendsten Markt für SHK-Produkte entwickeln wird. Die Neubautätigkeit im öffentlichen, gewerblichen und privaten Bereich wächst mit einer Rate, die die aller westlichen Industrieländer bei weitem übertrifft. Laut Wirtschaftsplan des 9. Fünfjahresplanes wird die Baubranche in den nächsten 15 Jahren das Wachstum des Bruttosozialproduktes um 2 bis 3 Prozent übertreffen.

Alleine im Wohnungsbau wurden im Jahr 1995 rund 2,7 Milliarden m² Nutzfläche erstellt, was die Fertigstellungen in Deutschland um das rund 50fache übertrifft. Riesige Wohngebiete nach westlichem Standard entstehen im Umland der großen Metropolen. Alleine in Shanghai entstanden in den letzten Jahren über 1500 Hochhäuser und ein Ende des Booms ist noch nicht abzusehen. Aber auch der Sanierungsbedarf entwickelt sich zu einer tragenden Säule der Nachfrage nach SHK-Produkten. Erst 20 bis

30 Prozent der öffentlichen und privaten Gebäude in den Ballungszentren entsprechen bisher dem von der Regierung angestrebten Wohn- und Hygienestandard. Trotz Bauboom ist die Wohnungsnot immer noch deutlich zu spüren. Deshalb will die Staatsregierung vorrangig die Sanierung von Altbauwohnungen, die Wiederherstellung von unbewohnbaren Wohnungen, den Neubau von Komfortwohnungen nach westlichem Standard sowie die Erstellung von Wohnungen höherer Wohnqualität für die sich entwickelnde Mittelschicht forcieren.

Heterogener Markt

Die riesige Landmasse von 9,8 Millionen km² mit 1,2 Milliarden Bewohnern stellt bei weitem keinen homogenen Markt dar, wie z. B. die mitteleuropäischen Länder. Der gesamte östliche Raum (Region 4) ist sehr dünn besiedelt, nur 20 Prozent der Bevölkerung lebt hier. Diese Region wird auch in absehbarer Zeit von ausländischen Unternehmen logistisch kaum zu bearbeiten sein. Die Regionen oder Distributionsgebiete 1, 2 und 3 beinhalten den größten Teil der Bevölkerung und auch die riesigen Metropolen bzw. Ballungsgebiete. In diesen städtischen Gebieten leben heute rund 350 Millionen Menschen, also etwa so viel wie in der gesamten Europäischen Union. Diese Bevölkerung bildet den Kernmarkt für die Haustechnik ausländischer Unternehmen. Die Anforderungen an die technische Gebäudeausrüstung sind jedoch wesentlich

* Volkmar Ebert und Dieter Karsten betreuen die Technomar-Studie T782/98 „Der Markt für Produkte, Anlagen und Dienstleistungen der Heiz-, Klima- und Sanitärtechnik in China“, Fax (0 89) 4 70 50 08

von den extremen klimatischen Bedingungen in den einzelnen Regionen geprägt. Die marktrelevanten Regionen erstrecken sich vom 20. bis über den 50. Breitengrad hinaus. Bis weit in den Süden wird China jedes Jahr durchschnittlich sechs mal von sibirischen Kältewellen heimgesucht. Im Sommer hingegen herrschen hohe Luftfeuchtigkeit von 75 bis 81 Prozent und Temperaturen über 35 °C vor. Ein klassisches Land also für Gebäudeheizung und -kühlung nach westlichen Komfortansprüchen. In China sind diese Ansprüche jedoch noch weitgehend unterentwickelt und zum anderen wären auch die Energieversorger (noch) überfordert. Um diesen Engpässen abzuwehren, unternimmt die Energieversorgung große Anstrengungen. So gehört der Sektor Energieversorgung zu den am schnellsten wachsenden Branchen in China. Die Primärenergieerzeugung hat sich in den 16 Jahren zwischen 1978 bis 1994 fast verdoppelt.

Heizungen verboten

Der für den Markt der Gebäudetechnik interessante Osten Chinas kann in klimatisch unterschiedliche Regionen, mit ebenfalls unterschiedlichen technischen Anforderungen an die Gebäudetechnik unterteilt werden. Im Südosten des Landes (Region 1) sind Heizungsanlagen nicht gestattet. Die Gebäude sind nur mit Klimaanlage unterschiedlicher Bauweise ausgerüstet. Im mittleren Teil des Ostens werden nur öffentliche Gebäude zum Teil beheizt, im Wohnungsbau dürfen aber bislang keine Heizungsanlagen installiert werden – obwohl im Winter die Temperatur auf 5 bis 10 °C fällt.

Nur im Norden, wo die durchschnittliche Außentemperatur an mehr als 90 Tagen auf unter 5 °C fällt, dürfen Heizungsanlagen auch im Wohnbau zum Einsatz kommen.

Im Gebäudebestand herrschen bisher allerdings meist primitive Anlagen vor. Die Technik der Heizungsanlagen im älteren Gebäudebestand entspricht dem der 50er Jahre der russischen Technik. Die Kesselanlagen der zentralbeheizten Gebäude erreichen nur einen Wirkungsgrad von knapp 40 Prozent und die noch zum größten Teil eingesetzten Einzelraumheizungen liegen nur bei 15 bis 25 Prozent Brennstoffausnutzung. Klimaanlage hingegen finden in allen Regionen Anwendung, allerdings meist nur in neuen Büro-, Verwaltungs- und öffentlichen Gebäuden.

Im Vergleich zur Heiz- und Klimatechnik hat der Bereich Sanitärtechnik eher die Merkmale einer freien Marktwirtschaft. Die Nachfrage nach Sanitärprodukten wird zum größten Teil von Privatkunden getragen. Importeure finden hier einen dynamisch steigenden Markt vor. Allerdings mit spezifischen Anforderungen: Weiße Sanitärkeramik und Fliesen sind z. B. in China unverkäuflich, da Weiß die Farbe der Trauer ist.

Guanxi – Vitamin B

Planungsingenieure sind in China die Schlüsselpersonen bei der Entscheidung für bestimmte Produkte. Der Projektgenieur ist von der Vorplanung bis zur Fertigstellung alleine verantwortlich für seinen Bereich der Haustechnik. Er legt die Produkte fest, der Bauherr stimmt der Auswahl meistens nur noch zu. Diese landesweit täti-

gen Planungsbüros sind nicht mit deutschen Maßstäben zu vergleichen. Oft beschäftigen sie über 1000 Mitarbeiter und verfügen über Planungskompetenzen die alle Baubranchen umfassen. Sie stellen zwar eigene Profitcenter dar, sind jedoch im Staatseigentum.

Ganz wesentlich für den geschäftlichen Erfolg in China sind die persönlichen, guten Beziehungen. Aus der Tradition heraus, machen Chinesen Geschäfte in der Regel nur mit Bekannten. Der Aufbau dieser Bekanntschaften und die Gewährung von Gefälligkeiten, die wiederum den Partner in Zugzwang bringen, diese z. B. mit einem Geschäftsabschluß zu erwidern, sind die Erfolgsgeheimnisse in China. „Guanxi“ (Beziehung) ist das Zauberwort, das das Geschäftsleben beherrscht. Aus Unkenntnis dieser Gegebenheiten sind schon zahlreiche Unternehmen in China gescheitert und haben sich enttäuscht von diesem großen Markt zurückgezogen. Da ein ausländisches Unternehmen natürlich nicht in Kürze dieses Beziehungsnetz aufbauen und sich in der chinesischen Bürokratie zurechtfinden kann, bleibt als einzig gangbarer Weg die Gründung von Partnerschaften oder Joint-Ventures mit kompetenten und einflußreichen Personen oder einheimischen Unternehmen. □

Wenn Sie weitere Informationen möchten, nutzen Sie bitte unsere Faxvorlage auf Seite 83