

CHINESEN MACHEN JAGD AUF TECHNOLOGIE "MADE IN GERMANY"

REUTERS REPORTAGE

- von Andreas Kröner, Arno Schütze und Tom Körkemeier -

Frankfurt, 30. März (Reuters) - Es ist 3.13 Uhr morgens, als Xiang Wenbo die größte Übernahme eines chinesischen Unternehmens in Deutschland perfekt macht. Mit seiner Unterschrift unter den Kaufvertrag sichert der Chef-Unterhändler des Baumaschinen-Riesen Sany dem Konzern die Macht beim Betonpumpen-Hersteller Putzmeister aus dem schwäbischen Aichtal. Weil in letzter Minute noch einige Details geändert werden, zieht sich die Notarsitzung in der Anwaltskanzlei Sherman Sterling in Frankfurt neun Stunden hin. Im Morgengrauen des 21. Januar bricht Xiang anschließend direkt zum Flughafen auf. In der Heimat steht schließlich das chinesische Neujahresfest an - der wichtigste Feiertag in der Volksrepublik.



REUTERS/Bauki Muhammad

Putzmeister-Chef Norbert Scheuch schwärmt noch heute, wie rasch Sany die 360 Millionen Euro teure Übernahme über die Bühne brachte. "Alles wurde mit heißer Nadel gestrickt." Am 20. Dezember stellt Scheuch den Top-Managern in der Sany-Konzernzentrale in Changcha in Südchina die schwäbische Firma erstmals vor, 32 Tage später unterschreibt Xiang in Frankfurt den Kaufvertrag. "Die Sany-Manager haben klar gemacht, dass sie Putzmeister sofort wollen", erinnert sich Scheuch. "Es musste schnell gehen."

Der Fall Putzmeister ist das bisher prominenteste Beispiel für den steigenden Übernahmehunger chinesischer Unternehmen in Deutschland. Sie sind weltweit auf der Jagd nach Technologien und bekannten Marken - und nehmen die Industrienation Deutschland damit fast zwangsläufig ins Visier. Im vergangenen Jahr kauften Maos Erben bereits 15 deutsche Unternehmen, 2012 wird die Zahl weiter steigen. "Wir erwarten dieses Jahr eine größere Welle an chinesisch-deutschen Transaktionen", sagt Yi Sun, China-Expertin der Beratungsgesellschaft Ernst & Young (E&Y). "Es gibt derzeit einige sehr große Deals in der Pipeline." Die erste Milliarden-Übernahme ist nur eine Frage der Zeit. Bei ihrem Expansionseifer werden chinesische Firmen von der Führung in Peking unterstützt, die das Land mit deutschem Know How modernisieren will.

Dass die kaufkräftige Kundschaft dabei in Deutschland kaum noch auf Widerstand trifft, liegt vor allem an ihrer neuen Herangehensweise. Die meisten chinesischen Käufer setzen heute auf Kooperation statt "Copy-und-Paste". "Der Trend geht dahin, stabile deutsche Unternehmen mit bekannten Marken zu erwerben und ihnen ihre Eigenständigkeit zu lassen", beobachtet Moritz Freiherr Schenck, China-Experte der Unternehmensberatung KPMG. Auch am Verhandlungstisch haben chinesische Konzerne aus den Fehlern der Vergangenheit gelernt - heute sind sie nicht mehr nur dabei, sondern immer öfter auch erfolgreich.

"CHINA IST IN ALLER MUNDE"

"Vor fünf bis sieben Jahren hatten wir quasi nie mit chinesischen Käufern zu tun", erinnert sich der Chef eines großen deutschen Finanzinvestors. "Nun sind sie überall dabei, arbeiten sehr professionell und kriegen Dinge rechtzeitig auf die Reihe." Chinesische Unternehmen gehören heute zu den dominierenden Käufern in allen Regionen der Welt, stellt auch Martin Reitz fest, der Deutschland-Chef der Investmentbank Rothschild. "China ist zu Recht in aller Munde."

DER DEUTSCHSPRACHIGE REUTERS-DIENST

Eilmeldungen, exklusive Interviews, die die Finanzbranche verändern – Reuters German News berichtet kompetent und ausführlich aus Deutschland und der Welt. Wir bieten Ihnen Nachrichten, die Sie für Ihre Anlage-Entscheidungen brauchen.

IHR VORTEIL

Nachrichten, die andere nicht bieten: Unsere Reporter haben die Expertise und die Nähe zu den Entscheidern, die für exklusive Nachrichten und richtungweisende Analysen unerlässlich sind.

REUTERS REPORTAGE

IHR MEHRWERT

30. März 2012, Seite 2

Der Kauf von Putzmeister ist ein Paradebeispiel für das neue Kräfteverhältnis im Kampf um hoch spezialisierte Technologie-Unternehmen. Die Firma aus Aichtal südlich von Stuttgart zählt zu den Weltmarktführern im Geschäft mit Betonpumpen für die Bauindustrie, den Tunnelbau und andere Großprojekte. Durch Putzmeister-Rohre, die aussehen wie riesige Teleskopstangen, lässt sich Beton in Hochhäuser und an andere schwer zugängliche Orte pumpen. Im Einsatz waren Putzmeister-Maschinen unter anderem bei der Errichtung des höchsten Wolkenkratzers der Welt in Dubai, beim Ausbau des Panama-Kanals sowie der Kühlung des geborstenen Atomkraftwerks im japanischen Fukushima.



Reuters/Handout

Das Unternehmen fährt keine riesigen Gewinne ein, aber schreibt nach einer schmerzvollen Restrukturierung wieder schwarze Zahlen, als im Oktober 2011 ein europäischer Konkurrent bei Firmengründer Karl Schlecht anklopft. Der 79-Jährige ist zunächst nicht abgeneigt, entscheidet sich dann auf Drängen von Vorstandschef Scheuch aber doch für eine Auktion mit mehreren Bietern. Mit der Investmentbank Morgan Stanley wählen beide

neun potenzielle Käufer aus - fünf davon kommen aus China. "Die vier amerikanischen und europäischen Interessenten haben nur mäßiges Interesse gezeigt oder gleich abgewinkt", sagt Scheuch. "Alle Chinesen sind sofort angesprungen – da war die Wirtschaftskraft und der Expansionswille wirklich zu spüren."

Als Scheuch kurz vor Weihnachten in China Gespräche mit den verbliebenen Interessenten führt, ist die Entscheidung für Sany schnell gefallen. Der Konzern ist der größte Betonpumpen-Hersteller in China, außerhalb des Riesenreiches aber eher schwach vertreten. Bei Putzmeister ist es umgekehrt. "Mit der Akquisition von Putzmeister hat sich Sany den Zugang zu den Märkten in Amerika und Europa gekauft – in Kombination mit einem Markennamen und einem entsprechenden Qualitätsimage", sagt Scheuch. Putzmeister hat künftig einen finanzstarken Mutterkonzern im Rücken und kann mit Hilfe von Sany den chinesischen Markt aufrollen.

FÜNF-JAHRES-PLAN GIBT DIE RICHTUNG VOR

Die Aufsichtsbehörden in China haben die Übernahme zwar noch nicht abgesegnet, grundsätzlich verfolgt die Führung in Peking die Expansion von Sany und Konkurrenten wie Zoomlion oder XCMG aber mit Wohlwollen. Sie legt alle fünf Jahre einen Plan vor, an dem sich ablesen lässt, welche Branchen China in den nächsten Jahren nach vorne bringen will. In der Vergangenheit stand vor allem die Sicherung der Versorgung des Riesenreichs mit über 1,3 Milliarden Menschen im Mittelpunkt – chinesische Konzerne griffen deshalb vor allem im Rohstoffbereich zu. Die heimische Industrie dümpelte derweil vor sich hin und machte allenfalls durch ein Flut von Billig-Produkten auf sich aufmerksam.

Doch nach Jahren des rasanten Wachstums hat sich der Fokus geändert: Qualität statt Quantität heißt der neue Leitspruch. "China will nicht mehr die verlängerte Werkbank der Welt sein, sondern legt den Fokus stärker auf hochwertigere Produkte", beobachtet Rothschild-Manager Reitz. Seine Bank hat zuletzt unter anderem den chinesischen Staatskonzern Citic beraten und rechnet im laufenden Jahr mit einer steigenden Zahl von Übernahmen in Deutschland.

REUTERS REPORTAGE

IHR MEHRWERT

30. März 2012, Seite 3

"China will weitere Kernindustrien entwickeln, die es ermöglichen, dass sich die Wertschöpfungskette innerhalb des Landes verlängert", sagt Reitz. Welche Schwerpunkte die Regierung dabei setzen will, lässt sich im Fünf-Jahres-Plan für den Zeitraum bis 2015 nachlesen: Hochwertige Produktionsanlagen, moderne Werkstoffe, Biotechnologie, IT sowie alternative Energien und Antriebe. In diese Branchen will die Führung in Peking zusammen mit privaten Investoren in fünf Jahren rund 1,7 Billionen Dollar investieren.

WELT-MARKEN STATT PLEITE-KANDIDATEN

Viele deutsche Unternehmen passen genau in das Beuteschema der Chinesen: Mitte 2011 sicherte sich der Staatskonzern Citic den Hildesheimer Autozulieferer KSM Castings. Mit Hilfe der KSM-Druckgusstechnik lassen sich leichtere Autos bauen, die weniger Sprit verbrauchen. In die Kategorie umweltfreundliche Technologien fällt auch der Einstieg des chinesischen Solarriesen LDK beim Konkurrenten Sunways aus Konstanz Anfang dieses Jahres. Experten gehen davon aus, dass künftig auch andere deutsche Solarfirmen ins Visier der Chinesen geraten. Während Unternehmen hierzulande mit der Kürzung der Solarförderung und Überkapazitäten kämpfen, sind ihre chinesischen Konkurrenten mit staatlicher Unterstützung auf Expansionskurs. Auch in der Zuliefer-Branche sind Konzerne aus der Volksrepublik auf Einkaufstour, um einen besseren Zugang zu den Werken der weltgrößten Autobauer in China zu bekommen. Im März schluckte der Lingyun-Konzern aus Peking den Konkurrenten Kiekert aus Heiligenhaus bei Düsseldorf. Die nordrhein-westfälische Firma ist Marktführer im Geschäft mit Auto-Türschlössern - und damit nach Putzmeister die zweite Welt-Marke, die innerhalb kürzester Zeit in chinesische Hände übergeht. Folgen dürfte bald der deutsche Putzmeister-Konkurrent Schwing. Der Staatskonzern XCMG will in den nächsten Wochen bei Schwing einsteigen und mittelfristig die Mehrheit an dem Unternehmen aus Herne übernehmen, wie Reuters aus dem Umfeld des Unternehmens erfahren hat.

"Chinesischen Käufern ist das Brand wichtig, da chinesische Marken derzeit weltweit kaum eine Rolle spielen", erklärt Dirk Notheis, der als Deutschland-Chef der US-Bank Morgan Stanley den Verkauf von Putzmeister an Sany mit einfädelt. Mit Marken wie Kiekert und Putzmeister kommen chinesische Unternehmen ihrem Ziel näher, künftig nicht nur in der Volksrepublik, sondern auch weltweit für Furore zu sorgen. Vorbei sind die Zeiten, in denen Bieter aus dem Reich der Mitte nur bei insolventen oder sanierungsbedürftigen Firmen zum Zug kamen.

DEUTSCHE FIRMEN AUF DEM EINKAUFSZETTEL

Der neue Putzmeister-Eigner Sany ist ein gutes Beispiel für das neue chinesische Selbstbewusstsein. "Es ist vermutlich das erste Mal, dass ein chinesischer Hersteller eine Branche weltweit dominiert - sowohl technologisch als auch gemessen am Absatz", sagt Wirtschaftsexperte Deng Di von der Jinan Universität. Der neue Betonpumpen-Weltmarktführer stellt auch zahlreiche andere Baumaschinen her - viele in der Volksrepublik nennen ihn ehrfurchtsvoll "Chinas Caterpillar". Der Konzern aus der Provinz Hunan, in der Staatsgründer Mao Zedong geboren wurde, ist am Markt rund 17 Milliarden Dollar wert. Konzerngründer Liang Wengen gilt als reichster Mann Chinas.



REUTERS/Yianan Yu

Auch andere chinesische Konzerne können derzeit vor Kraft kaum laufen, während ihre Konkurrenten in Europa mit der Schuldenkrise kämpfen. Im vergangenen Jahr verringerte sich der Marktwert der 50 größten börsennotierten Unternehmen der Euro-Zone um 318 Milliarden Euro.

REUTERS REPORTAGE

IHR MEHRWERT

30. März 2012, Seite 4

Die Schwäche vieler ausländischer Firmen sei für China eine "Gelegenheit, die es nur einmal in 1000 Jahren gibt", frohlockte kürzlich Zheng Xinli, ein Berater der Regierung in Peking. Auch die Schwäche des Euro spielt Chinesen und anderen asiatischen Käufern in die Karten. "Chinesische Investoren versuchen, von der Euro-Krise zu profitieren", sagt E&Y-Expertin Sun. "Durch die Euro-Krise sind Übernahmeziele in Europa relativ billig geworden. Zudem hat China hohe Währungsreserven angehäuft." In Europa stehen deutsche Firmen auf dem Einkaufszettel der Chinesen ganz oben, wie Daten von Thomson Reuters zeigen. Die Zahl der angekündigten Übernahmen in Deutschland hat sich von sechs im Jahr 2006 fast verdreifacht auf 15 im vergangenen Jahr. Damit hängten chinesische Unternehmen auch ihre expansionshungrigen Konkurrenten aus anderen asiatischen Ländern ab. Die lange Zeit dominierenden japanischen Käufer kamen in Deutschland im vergangenen Jahr zwölf mal zum Zug, indische Unternehmen sechs Mal und südkoreanische Konzerne fünf Mal. Im laufenden Jahr dürften die Käufer aus der Volksrepublik ihren Vorsprung ausbauen. Derzeit seien Chinesen an 15 bis 20 Verkaufsprozessen in Deutschland beteiligt, wie mehrere beteiligte Banker berichten. Bereits von Januar bis Anfang März gaben Unternehmen aus der Volksrepublik in Deutschland 700 Millionen Dollar für Übernahmen aus und damit mehr als in jedem anderen europäischen Land. In Portugal kauften sie für 500 Millionen Dollar ein, in Belgien und Italien jeweils für rund 250 Millionen Dollar. Von Firmen in Griechenland, das auf Druck der EU zahlreiche Staatsunternehmen privatisieren soll, ließen die Chinesen dagegen die Finger.



REUTERS/David Gray

WIDERSTAND AM FIRMENTOR

Yi Sun kann von der Vorliebe für deutsche Unternehmen ein Lied singen. "Jeden dritten Tag ruft hier ein chinesisches Unternehmen an und fragt nach potenziellen Übernahmezielen", sagt die Beraterin von Ernst & Young (E&Y). Sun wurde in Shanghai geboren, hat seit dem zwölften Lebensjahr Deutsch gelernt und kam 1998 zum BWL-Studium nach Deutschland. Heute gehört die 36-Jährige dank ihrer Sprachkenntnisse zu den gefragtesten Übernahme- und Fusionsberatern (M&A). Sun heuerte nach ihrem Studium bei Ernst & Young in Deutschland an und beobachtet seitdem, wie sich Unternehmen aus beiden Ländern langsam annähern. Kurz nach ihrem Start bei E&Y vor sechs Jahren berät die Managerin erstmals einen chinesischen Konzern, der einen deutschen Mittelständler übernehmen will. "Damals wollte der Eigner den Chinesen nicht mal seine Produktionshalle zeigen", erinnert sich Sun. "In den letzten Jahren ist die Angst vor chinesischen Unternehmen zwar deutlich zurückgegangen, es gibt aber immer noch Vorbehalte."

Auch bei Putzmeister. Am ersten Arbeitstag nach dem angekündigten Verkauf an Sany protestieren rund 700 Mitarbeiter am Konzernsitz in Aichtal gegen die Übernahme. "Über Nacht ist die Firma an die Chinesen verscherbelt worden", schimpft Sieghard Bender von der IG Metall in Esslingen. Er hält den Deal "industriepolitisch für eine Katastrophe". Putzmeister könne der Startschuss für den Ausverkauf der deutschen Industrie sein. "Die Entscheidungen über die Zukunft fallen künftig woanders."

LIEBER CHINESEN ALS AMERIKANER

Mittlerweile hat sich die Aufregung in Aichtal allerdings gelegt. Erleichtert haben die Gewerkschaften registriert, dass Putzmeister-Chef Scheuch in den Sany-Vorstand einzieht und dort künftig die deutschen Interessen vertreten kann. Zudem gebe es konstruktive Gespräche über eine Arbeitsplatz- und Standortgarantie, räumt Bender ein.

Auch in der Zentrale der IG Metall in Frankfurt beobachtet man die steigende Zahl chinesischer Übernahmen aufmerksam. "Es ist ein Ritt auf der Rasierklinge", sagt der zuständige Bereichsleiter Peter Donath.

REUTERS REPORTAGE

IHR MEHRWERT

30. März 2012, Seite 5

"Manche Käufer haben vor allem Interesse an Technologie und es besteht die Gefahr, dass mittelfristig die Produktion verlagert wird." Andere Investoren würden dagegen in Forschung und Entwicklung in Deutschland investieren und damit die Standorte hierzulande stärken.

"Wir haben bisher unterschiedliche Erfahrungen mit chinesischen Investoren gemacht – insgesamt überwiegen aber die positiven Eindrücke", erklärt Donath. "Die meisten chinesischen Käufer gehen mit Unternehmen in Deutschland sehr behutsam um – anders als Finanzinvestoren und viele Investoren aus Amerika." Sorgen bereite Donath die Übernahmewelle aus China deshalb nicht. "Chinesische Käufer haben zwar oft keine Kenntnis von der deutschen Mitbestimmungskultur – das ist bei Investoren aus den USA und anderen Ländern aber nicht anders."

MERKEL AUF WERBE-TOUR

Auch politischen Widerstand müssen chinesische Käufer in Deutschland nicht befürchten. Da es in der Europäischen Union bisher keine einheitliche Linie zu Übernahmen von ausländischen Investoren gibt, entscheiden die Mitgliedsländer alleine. Frankreich und Italien schützen ihre nationalen Interessen dabei vergleichsweise stark. Die Behörden der Niederlande, Großbritanniens und der skandinavischen Länder sind dagegen traditionell offen für ausländische Käufer.



REUTERS/Bobby Yip

Wenn es nach Bundeskanzlerin Angela Merkel geht, soll sich Deutschland in diese Liste einreihen. Merkel gilt eigentlich als nüchterne Politikerin.

Als sie Anfang Februar an einem deutsch-chinesischen Wirtschaftsforum in Guangzhou teilnimmt, sprüht sie jedoch nur so vor Begeisterung. Auf einem Podium hat sie in einem riesigen weißen Sessel neben Ministerpräsident Wen Jiabao Platz genommen und diskutiert angeregt mit einigen Dutzend Industrievertretern, darunter auch Sany-Chef Liang Wengen.

Merkel preist Deutschland als Investitionsstandort. "Chinesische Unternehmen sind willkommen", betont die Kanzlerin mehrfach auf ihrer China-Reise. Sie will deutlich machen, dass sie keine Vorbehalte gegen Investoren aus dem kommunistischen Land hat. Und sie weiß, dass die Volksrepublik ihr Geld derzeit lieber in Firmen in Europa stecken will als in europäische Staatsanleihen, für deren Kauf sie in China ebenfalls wirbt.

Das neue Selbstbewusstsein, mit dem chinesische Unternehmen weltweit auf Firmenjagd gehen, hat Merkel bereits vor zwei Jahren auf einem Wirtschaftsforum in Xian zu spüren bekommen. Denn mit den Investitionen kommen die Forderungen. Warum er in den Hamburger Hafen investieren solle, wenn es in Deutschland jahrelange Debatten gebe, ob die Elbe nun ausgebaggert werde oder nicht, fragt ein chinesischer Reeder die Kanzlerin damals keck. Da investiere er lieber in Rotterdam.

BERLIN KANN BLOCKIEREN – THEORETISCH



REUTERS/Tobias Schwarz

Aber es gibt in Berlin auch Vorbehalte, besonders bei Investitionen in strategisch wichtige Branchen. Mit Bauchschmerzen registrieren einige Politiker, wie sich chinesische Konzerne mit massiver Lobbyarbeit um öffentliche Aufträge bewerben. Besonders bei der IT-Infrastruktur möchten viele

REUTERS REPORTAGE

IHR MEHRWERT

30. März 2012, Seite 6

Regierungsvertreter Chinesen lieber außen vor lassen - auch, weil es immer wieder Berichte über Cyber-Angriffe aus dem Reich der Mitte gibt.

Bei der Übernahme deutscher Konzerne kann die Regierung ebenfalls eingreifen, wenn nicht-europäische Investoren mehr als 25 Prozent an einem heimischen Unternehmen kaufen wollen. Ein Veto ist laut Außenwirtschaftsgesetz möglich, "wenn die Investition die öffentliche Ordnung oder Sicherheit der Bundesrepublik Deutschland gefährden könnte", heißt es in einer Erklärung des Wirtschaftsministeriums. Das Gesetz sei prinzipiell in allen Sektoren anwendbar, "da Sicherheitsbedenken nicht auf bestimmte Industriezweige oder Unternehmen einer bestimmten Größe begrenzt sind".

Bisher hat das Gesetz allerdings keine einzige chinesische Übernahme verhindert. Es ist so schwammig formuliert, dass es der Regierung viel Handlungsspielraum lässt. Wenn China nicht gerade eine deutsche Waffenschmiede übernehmen will, müssen sich die Käufer spätestens nach Merkels Werbetour durch China keine allzu großen Sorgen machen. Sany-Chef Liang Wengen lobte beim Treffen mit Merkel in Guangzhou demonstrativ die "sehr freundliche Unternehmenskultur" in der Bundesrepublik. "Die Genehmigung der Übernahme hat nur eine Woche gedauert." In anderen Ländern stoßen chinesische Firmen auf größeren Widerstand. "Es ist ja nicht so, dass wir nicht in den USA zukaufen wollen", sagt Sany-Manager Xiang Wenbo. "Aber die Amerikaner fürchten bei einem Verkauf von Hochtechnologie nach China immer, dass wir daraus moderne Flugzeuge, Panzer und Geschütze bauen und damit Amerika angreifen."

"SIE MISCHEN SICH HIER NICHT EIN"

Dass es in Deutschland wenig Widerstand gegen die Käufer aus China gibt, hat auch mit dem neue Auftreten der Käufer zu tun. Die Zeiten, in denen Chinesen Anlagen abbauten und in die Heimat verschifften, sind weitestgehend vorbei, wie das Beispiel Putzmeister zeigt. Der Stammsitz des Unternehmens wird nach der Übernahme nicht eingedampft, sondern zur Zentrale für alle Beton-Geschäfte von Sany außerhalb Chinas ausgebaut. "Putzmeister soll als eigene Marke bestehen bleiben, und ich soll als Vorstand von Sany mithelfen, die Internationalisierung des Unternehmens voranzutreiben", betont Firmen-Chef Scheuch.

Von einer Fremdsteuerung aus China könne keine Rede sein - im Gegenteil. Die Manager von Sany haben sich den Putzmeister-Sitz in Aichtal bisher nicht mal angesehen. "Sie vertrauen dem Management und mischen sich hier nicht ein", sagt Scheuch. "Chinesen haben höchsten Respekt vor den technischen Leistungen und 'made in Germany' – sie wollen das nicht gefährden, indem sie darin herumfuhrwerken."

Die Wertschätzung für die deutschen Kollegen spiegelt sich auch darin wieder, dass viele Käufer in den Verhandlungen explizit auf einen Verbleib des Managements der übernommenen Firma bestehen. "Ich musste hoch und heilig versprechen, dass ich das Management zusammenhalte", berichtet Scheuch. "Die chinesische Führungskultur ist unglaublich personenbezogen."

BEHANDELT WIE DER PFÖRTNER

Für westliche Übernahmeexperten war der Verhandlungsstil der Chinesen lange Zeit gewöhnungsbedürftig. "Chinesische Käufer sprechen am liebsten mit dem Chef des Unternehmens, an dem sie interessiert sind. Anwälte und Berater werden dagegen teilweise behandelt wie der Pförtner", berichtet Eckhard Martin von der Anwaltskanzlei Noerr. Fast alle Investmentbanker habe eine Anekdote über ungeschickte chinesische Bieter auf Lager. "Einer hatte einen Kaufvertrag unterschrieben und wollte danach plötzlich wesentliche Vertragsbestandteile verhandeln", erzählt etwa der Deutschland-Chef eines großen Finanzinvestors.



REUTERS/Joe Tan

REUTERS REPORTAGE

IHR MEHRWERT

30. März 2012, Seite 7

Zuletzt haben die Klagen allerdings deutlich nachgelassen. "Transaktionen mit chinesischen Käufern sind in letzter Zeit tendenziell professioneller geworden", beobachtet Anwalt Martin, dessen Kanzlei chinesische Firmen bei Übernahmen in Europa berät. "Eine ganze Reihe von Unternehmen wird mittlerweile von Managern geführt, die in den USA ausgebildet wurden, fließend Englisch sprechen und westliche M&A-Prozesse kennen."

Berührungängste mit chinesischen Käufern gibt es nicht mehr. "Im Gegenteil: Wenn jemand ein Unternehmen verkaufen will und ich ihm nichts über potenzielle Käufer in China erzählen kann, habe ich ein großes Problem", sagt ein Investmentbanker, der am zwei Milliarden Dollar schweren Verkauf des norwegischen Silizium-Herstellers Elkem an China National Bluestar beteiligt war. Er bekommt wie viele seiner Kollegen funkelnde Augen, wenn man das Thema China anspricht - ähnlich wie Manager aus der Autobranche, deren Erfolg schon lange von der Entwicklung des chinesischen Marktes abhängt. "Für M&A-Berater ist China derzeit das heißeste Thema", betont auch Anwalt Martin. Viele erfahrene Berater haben bereits in Hongkong oder Peking angeheuert.

WANN WIRD DER ERSTE DAX-KONZERN CHINESISCH?

Auch die Vorstände deutscher Großkonzerne beobachten die China-Welle aufmerksam. Bisher haben Chinesen zwar noch keinen Dax-Konzern ins Visier genommen, mittelfristig sei dies aber durchaus denkbar, sagt Rothschild-Deutschland-Chef Reitz. "Das dauert sicher noch einige Zeit. Ich erwarte mittelfristig aber deutlich größere Transaktionen."

Klaus-Martin Haußmann von der Unternehmensberatung Ernst & Young geht davon aus, dass sich chinesische Käufer an große Übernahmeziele langsam heranzupirschen werden. "Je größer das Unternehmen ist, desto eher werden sich chinesische Käufer mit einer Minderheitsbeteiligung zufrieden geben", sagt Haußmann, der mehrere deutsche Großkonzerne bei ihrer Strategie in China berät. Beispielhaft ist aus seiner Sicht die Kooperation des chinesischen Staatskonzerns Avic mit dem Kölner Unternehmen KHD, das auf den Bau von Zementfabriken spezialisiert ist. Avic stieg Ende 2010 mit 20 Prozent bei KHD

ein und betonte dabei, keine Übernahme des deutschen Konzerns anzustreben. Avic kann nach dem Einstieg auf das Know How von KHD zurückgreifen und seine weltweite Expansion vorantreiben. Die Kölner bauen durch den Einstieg ihr Angebot aus und können verstärkt auf dem weltgrößten Beton-Absatzmarkt China angreifen. "Der Zugang zu bestimmten Investments und Märkten in China ergibt sich nur, wenn man als Halb-Chinese gilt", berichtet E&Y-Partner Haußmann. "Es kann deshalb hilfreich sein, wenn man einen Anker-Investor hat, der im gleichen Marktsegment gut verdrahtet ist."

MEHR CHANCEN ALS RISIKEN

Dass es bisher relativ wenige solche Engagements in Deutschland gibt, liegt Experten zufolge vor allem an der Furcht der Unternehmen, dass ihr geistiges Eigentum (IP) in China kopiert wird. Die Volksrepublik hat erst vor kurzem damit begonnen, eigene Patente und Technologien zu entwickeln. "Es wird noch ein oder zwei Fünf-Jahres-Pläne dauern, bis die Chinesen ein Interesse am Schutz ihres IP haben", sagt E&Y-Anwalt Haußmann. "Dann werden sich die Chinesen bewegen und ihr Rechtssystem so gestalten, dass IP tatsächlich geschützt wird."

Bis es so weit ist, müssen ausländische Unternehmen den Risiken ins Auge blicken. Eine entscheidende Frage vor dem Schulterchluss mit einem chinesischen Unternehmen ist deshalb heute häufig, wie schnell und einfach sich Patente und Technologien kopieren und nach China transferieren lassen. "Am Ende müssen die Chancen und der Verkaufsdruck höher sein als die Risiken", fasst Berater Haußmann zusammen.

Putzmeister-Chef Norbert Scheuch hat diese Frage für sein Unternehmen beantwortet. Der 52-Jährige muss sich nun mit ganz anderen Problemen herumschlagen. "Ich beschäftige mich gerade intensiv mit Chinesisch", sagt der Manager, der sich künftig verstärkt in die Debatten in der Sany-Zentrale einbringen will. "Da gehört es dazu, dass man zumindest ein bisschen Small-Talk machen kann."

REUTERS REPORTAGE

IHR MEHRWERT

30. März 2012, Seite 8

Weitere Reporter: Christoph Steitz und Philipp Halstrick in Frankfurt; Andreas Rinke in Berlin, Alison Leung in Hongkong und Nick Edwards in Peking

andreas.kroener@thomsonreuters.com
+49 69 7565 1317

Reuters Messaging:
andreas.kroener.thomsonreuters@reuters.net

www.twitter.com/REUTERS_DE
www.reuters.de

FÜR MEHR INFORMATION

Reuters German News ist auf den meisten Thomson-Reuters-Produkten verfügbar. Der Zugang ist schnell und einfach einzurichten ohne zusätzliche Software-Installation.

Bitte wenden Sie sich an Ihren lokalen Ansprechpartner, um Reuters German News zu erhalten.

Sales Anfragen an:
financial.thomsonreuters.com/sales

Informationen zu unseren Produkten:
financial.thomsonreuters.com/domestic_news_services

Unsere Standorte weltweit:
financial.thomsonreuters.com/locations

Kontakt zum Customer Service:
financial.thomsonreuters.com/customers

©Thomson Reuters 2012. All rights reserved. The Thomson Reuters content received through this service is the intellectual property of Thomson Reuters or its third party suppliers. Republication or redistribution of content provided by Thomson Reuters is expressly prohibited without the prior written consent of Thomson Reuters, except where permitted by the terms of the relevant Thomson Reuters service agreement. Neither Thomson Reuters nor its third party suppliers shall be liable for any errors, omissions or delays in content, or for any actions taken in reliance thereon. Thomson Reuters and its logo are registered trademarks or trademarks of the Thomson Reuters group of companies around the world.