

M. Pfeiffer*

Der Start in den Zukunftsmarkt China

China gilt als der Zukunftsmarkt schlechthin. Die Chancen für westliche Unternehmen werden häufig mit viel Euphorie und beeindruckendem Zahlenmaterial beschrieben. Der häufigste Grund für Investitionen in China ist die Markterschließung. Insbesondere die Marktpräsenz wird allgemein als wesentliche Motivation für Investitionen in China gewertet. Die Notwendigkeit der kostenreduzierten Fertigung wird ebenso wie die Profitorientierung erst als zweit- oder dritrangig eingestuft. Nicht so in der kosmetischen Industrie. Insbesondere mittelständische Unternehmen stehen vor der Frage: Ist der chinesische Markt für uns interessant und wenn ja, wie bauen wir unser China-Engagement auf?

Der chinesische Kosmetikmarkt steht am Anfang seiner Entwicklung. Für die kommenden Jahre wird ein jährlicher Zuwachs von 35 % prognostiziert. Das steigende Pro-Kopf-Einkommen und die wachsende Zahl wirtschaftlich erfolgreicher Chinesen schaffen eine wichtige Marktvoraussetzung – Kaufkraft.

Viele europäische, nach China exportierte, Produkte sind aber für den Durchschnittschinesen noch unerschwinglich. Bis zu 150 % Zoll, Luxussteuer, Mehrwertsteuer und Transportkosten führen zu einer Preissteigerung, welche die Produktion in China als elementaren Wettbewerbsvorteil erfordert.

Nur wenige international arbeitende Großunternehmen verfügen zur Zeit durch Joint-Venture-Projekte über Pro-

duktionskapazitäten in China. Mittelständische Unternehmen sind durch die teuren und häufig nicht zu übersehenden Anlaufinvestitionen und Entscheidungsalternativen noch verunsichert. Es herrscht aber allgemein die Auffassung, daß der welcher einen strategisch günstigen Ausgangspunkt erreicht, vom wachsenden chinesischen Kosmetikmarkt profitieren kann.

Die Pfeiffer-Consulting in Pforzheim bereitet derzeit einen Firmenpool vor, welcher interessierten Unternehmen der kosmetischen Industrie die Möglichkeit bietet, von den Vorteilen des Absatzmarktes und Produktionsstandortes China zu profitieren. Dieser kostengünstige und kalkulierbare Einstieg in den Markt der Zukunft orientiert sich an den unternehmensspezifischen Anforderungen der Poolmitglieder.

PFEIFFER CONSULTING
Michael Pfeiffer
Brendstr. 79
75179 Pforzheim

Tel. (0 72 31) 78 94 73
Fax (0 72 31) 78 90 60

* Michael Pfeiffer, Pfeiffer Consulting Pforzheim



Abb. 1: Nanjing-Road, die Einkaufsstraße in Shanghai

Teure Fehlinvestitionen vermeiden – Erfahrung und Know-how nutzen

Durch die bestehenden Verbindungen zu chinesischen Partnern entfallen für die Poolmitglieder die zeit- und kostenintensiven Orientierungsrecherchen. Viele Kontakte sind bewährt und helfen Fehlinvestitionen zu vermeiden. Insbesondere der Standort des Firmenpools im Großraum Shanghai liegt unmittelbar in der Wachstumszone Nr. 1 in China.

Der Aufbau und die Ausweitung von Vertriebs- und Produktionskapazitäten erfordern umfangreiche Marktkenntnisse. Insbesondere die Zuliefererzeugnisse und -betriebe bedürfen einer sorgfältigen Auswahl und einer Überwachung, um den Maßgaben der Kosmetik-GMP-Leitlinien zu entsprechen. Es ist das erklärte Ziel des Firmenpools, die bewährten Qualitätsziele der Kosmetik-GMP auch im chinesischen Markt beizubehalten.

Kosmetik-GMP-Leitlinien als Produktionsmaßstab

Ein wesentliches Standbein des Firmenpools sind Produktionskapazitäten in China. Erhebliche Kostenvorteile in der Herstellung schaffen die notwendigen Kostenvoraussetzungen, um die Finanzkraft auf die Markterschließung konzentrieren zu können.

Die Einhaltung der Kosmetik-GMP-Leitlinien sichert einen definierten Qualitätsstandard für die produzierten kosmetischen Erzeugnisse. Dieser Qualitätsmaßstab muß auch als ein wichtiges und notwendiges Vertriebsargument verstanden werden.

Mit kalkulierbaren Kosten den Markt erschließen

Basisdienstleistungen unterstützen die Markteinführungsstrategien. Marktziele werden individuell erarbeitet oder formuliert. Die Arbeit des Firmenpools basiert auf einheitlichen und verbindlichen Kosten. Damit ist das Risiko klar kalkulierbar. Die Basisdienstleistungen umfassen:

- Standortanalyse
- Marktrecherchen
- Markteinführungsstrategien
- Vertrieb- und Absatzkoordination
- Produktionskoordination
- Lieferantenauswahl
- Qualitätssicherung
- Auditierung nach Kosmetik-GMP



Abb. 2: Eingangsbereich eines großen Warenhauses in Shanghai

Unternehmerische Freiheit und Flexibilität

Die unternehmensindividuellen Ziele werden durch den Firmenpool nicht beeinflusst. Marktimage, Markennamen, unternehmerische Individualität sind wesentlich für den Verkaufserfolg – und dieser bestimmt die Zukunft. Aufbauend auf Basisdienstleistungen orientiert sich die Arbeit des Firmenpools somit immer an den individuellen Erfordernissen der Mit-

gliedsfirmen. Der chinesische Markt ist für mittelständische Unternehmen mehr als eine Herausforderung. Er ist ein wesentlicher Faktor für die Zukunft. Heute müssen die Weichen gestellt werden. Ob Joint-Venture oder 100 %-Tochterfirma, wie ist der Absatzmarkt strukturiert, welche Absatzwege sind zu beachten etc. In China gibt es bereits ein reges Unternehmertum. Dieser Markt erfordert aber erfahrene und zukunftsorientierte Unternehmer und unternehmerische Ideen – wir sind gefordert.



Abb. 3: Aufgabe des Firmenpools



Abb. 4: Export oder Herstellung?