

MESSEMARKT CHINA



Die VR China hat seit Ende der 1970er Jahre ein bisher beispielloses Wirtschaftswachstum mit durchschnittlich zweistelligen Wachstumsraten erlebt. In den letzten 10 Jahren hat sich das Land zum Exportweltmeister entwickelt und hält fast genauso lange die Stellung als zweitgrößte Volkswirtschaft nach den USA. Einhergehend mit dem Wirtschaftsboom sieht sich das moderne China großen Herausforderungen gestellt, die sich u. a. in den stark gestiegenen Löhnen, massiven Umweltproblemen und Überkapazitäten in zahlreichen Industriesektoren äußern.



Anders als zu Beginn der Öffnungspolitik vor mehr als 40 Jahren, wo gezielt ausländische Investoren mit entsprechender Technologie und passendem Know-how angesprochen wurden, verfolgt China heute eine Strategie, die den Binnenmarkt stärken soll. Mithilfe des in 2015 verabschiedeten Erlasses „Made in China 2025“ soll das Reich der Mitte bis 2045 in drei Zehnjahresprogrammen zu den führenden Industrienationen aufsteigen. Dabei setzt die Regierung auf Förderung von Innovationen, Steigerung der Produktionseffizienz, Optimierung der Industriestruktur und „grüne“ Fertigung. Als besonders förderungswürdig werden Schlüsselbranchen wie Robotik, Medizintechnik, Elektromobilität und moderne Agrartechnologie definiert. Einen großen Stellenwert hat zudem die Entwicklung von Industrie 4.0.



Wirtschaftsdaten 2018/2019* (Schätzungen und Prognosen)

| | |
|--------------------------|------------------|
| BIP | 14.217 Mrd. USD* |
| Einwohner | 1.395,4 Mrd. |
| Exporte | 2.487,4 Mrd. USD |
| Exporte nach Deutschland | 106,3 Mrd. EUR |
| Importe | 2.135,6 Mrd. USD |
| Importe aus Deutschland | 93,1 Mrd. EUR |



Quelle: GTAI, Auswärtiges Amt

Chinas Regionen haben sich unterschiedlich schnell entwickelt. Die wirtschaftlich starken Gegenden in der Ost- und Südküste des Landes erwirtschaften zwar etwa die Hälfte des jährlichen BIP, jedoch ziehen die Gegenden in Zentral- und Westchina dynamisch nach. Mit der „Go-West“-Politik arbeitet die chinesische Regierung seit der Jahrtausendwende verstärkt an der Förderung und Entwicklung der westlichen Regionen, wozu u. a. die Steigerung der Attraktivität der betroffenen Regionen für ausländische Investitionen und Unternehmensansiedlungen gehören.

Ein weiteres ambitioniertes Projekt ist auf Jahrzehnte angelegt: die „One Belt and One Road“-Initiative, d. h. die Wiederbelebung der „Seidenstraße“, die mehr als 60 Staaten in Asien und Europa über Land und Wasser verbinden soll. Geplant und schon umgesetzt werden Milliardeninvestitionen in den Bau von Häfen, Eisenbahnstrecken und Telekommunikationseinrichtungen. Chancen für deutsche Unternehmen bestehen vor allem für Anbieter von Spezialausrüstungen in der Bahn-, Schiff-, Hafen- und Luftfahrttechnik. Zudem sind Dienstleistungen deutscher Berater- und Projektierungsfirmen sehr gefragt.



Die deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen haben sich in den letzten Jahrzehnten sehr gut entwickelt. Anfang 2014 wurde in Berlin die erste chinesische Handelskammer (CHKD) in Europa gegründet, um die Intensivierung der Handelsbeziehungen zu fördern. Seit 2011 führen Deutschland und China regelmäßige Regierungskonsultationen durch, die umfassende strategische Partnerschaften beinhalten.

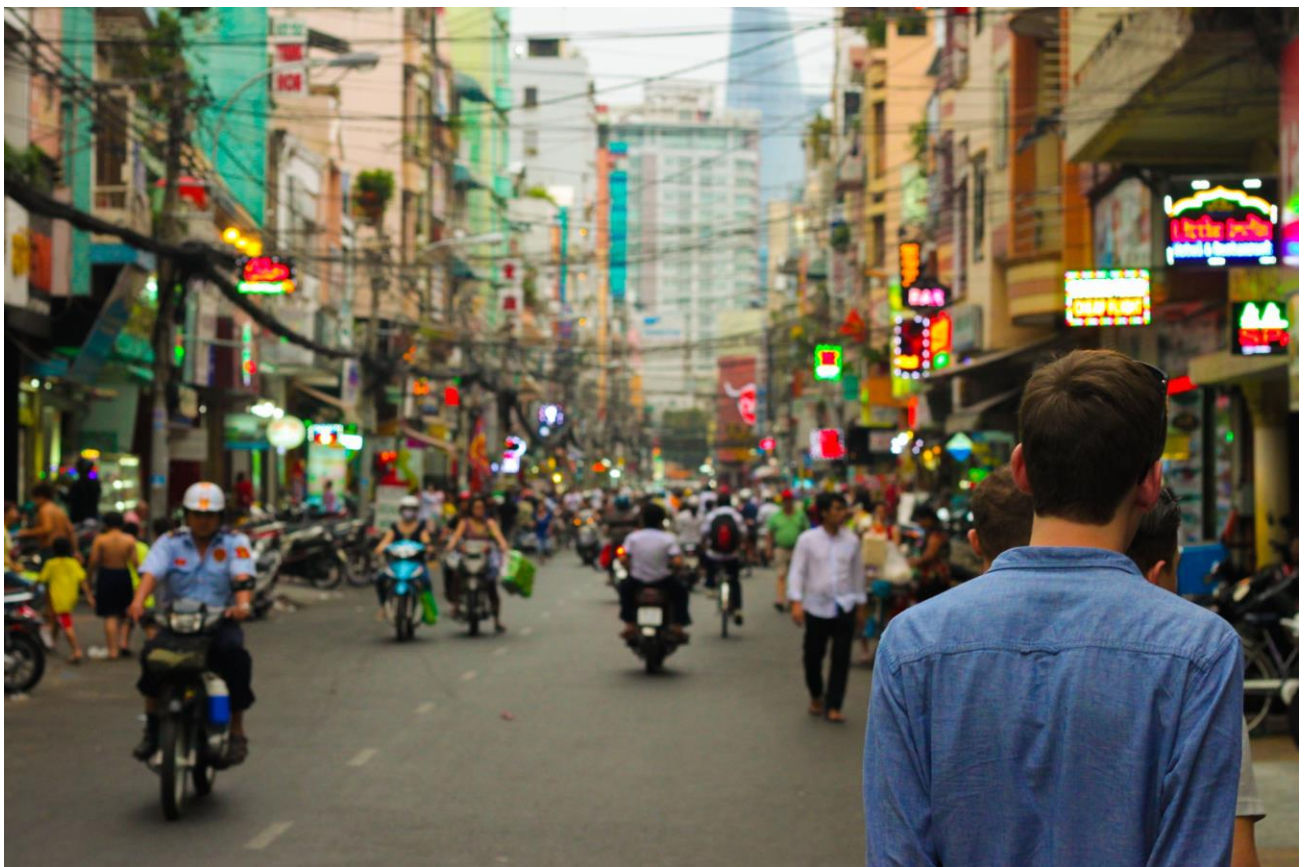
2018 beliefen sich die deutschen Exporte nach China auf 93 Mrd. Euro. Die Importe aus China um-

fassen heute Waren im Wert von mehr als 100 Mrd. Euro. Mit einem Handelsvolumen von ca. 200 Mrd. Euro in 2018 ist Deutschland mit großem Abstand der wichtigste europäische Handelspartner Chinas. Die VR China ist für Deutschland wiederum der bedeutendste Handelspartner in Asien und drittgrößter weltweit. Nach China werden vor allem Maschinen, Kraftfahrzeuge und Kraftfahrzeugteile, Elektrotechnik und chemische Erzeugnisse geliefert. In China sind etwa 5.200 deutsche Unternehmen ansässig; ca. 900 chinesische Unternehmen haben sich in Deutschland niedergelassen.



Messewirtschaft

In China ist zwar eine Abschwächung des Wirtschaftswachstums zu verzeichnen, jedoch bleibt der Messemarkt der zweitgrößten Volkswirtschaft der Welt weiterhin auf Wachstumskurs. Investitionen in Milliardenhöhe in Infrastruktur, Wohnungsbau, Klima- und Umweltschutz verbunden mit dem Neu- und Ausbau von Messegeländen bewirkten, dass sich China zum wichtigsten Messeplatz Asiens entwickelt hat und diese Position unbestritten behauptet. Insbesondere in den Städten wie Peking und Shanghai ist die Professionalität der Messeveranstalter hoch, vor allem wegen der zahlreichen internationalen Kooperationen.



Nach wie vor prägen die Messen in Peking, Shanghai und Guangzhou die chinesische Messelandschaft. Peking als wichtiger Messestandort wird aufgrund seiner Nähe zu politischen Entscheidungsträgern und dem umfangreichen Ausbau der Infrastruktur geprägt. In Shanghai finden mehr

heitlich die wichtigsten Fachmessen statt und die Konzentration an internationalen Veranstaltern ist groß.



Die verstärkte Umorientierung der chinesischen Wirtschaft auf den Binnenmarkt beeinflusst auch die weitere Entwicklung der chinesischen Mes- selandschaft, denn die Messewirtschaft wendet sich verstärkt dem Dienstleistungswesen, der Digitalisierung, Automatisierung, Gesundheit, Bildung und hochwertigem Konsum zu.

Großen Einfluss auf die chinesische Messewirt- schaft hat auch das Projekt der „neuen Seiden- straße“: So führen chinesische Veranstalter ver- stärkt Messen und Messebeteiligungen in den Län- dern durch, die über die Seidenstraße miteinander verbunden werden sollen.

2018 setzten 76 Mes- severanstalter Beteiligungen an 718 Messen in 33 Ländern um, eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um rund 14%. Die meisten Messen waren als Mehrbranchen- und Maschinenbaumessen klassifiziert. Mit einer Steigerung um 19% zum Vorjahr wurde die Mehrheit der messebezogenen Projekte in Russland realisiert.

| Land | Anzahl der Messen | Aussteller aus China |
|------------------------------|-------------------|----------------------|
| Russland | 132 | 3.870 |
| Indien | 89 | 3.129 |
| Vereinigte Arabische Emirate | 82 | 3.906 |
| Türkei | 60 | 1.728 |
| Thailand | 47 | 1.641 |

Seit 2015 verfolgt der chinesische Staatsrat die Strategie, die heimische Messeindustrie bis zum Jahr 2020 internationaler und transparenter zu gestalten. So soll die Zulassung von neuen Messen allmählich dezentralisiert und die Zuständigkeit den Provinzen übertragen werden. Eine spürbare Professionalisierung der Messen außerhalb der traditionellen Messestandorte Peking, Shanghai und Guangzhou ist erkennbar. Zudem hat sich China zum größten eCommerce-Markt der Welt entwickelt, d. h. online-Plattformen werden als Vertriebskanäle für Produkte genutzt. Diese Entwick- lung erfasst auch verstärkt das Marketinginstrument Messen, da traditionelle Messeaspekte virtua- lisiert werden.



Hauptproblem der chinesischen Messewirtschaft bleibt die große Unübersichtlichkeit des chinesi- schen Messemarktes mit seinen vielen und von der Qualität her sehr unterschiedlichen Messean-

geboten. Hinzu kommt, dass im Zuge der „Go West“ – Strategie der chinesischen Regierung zur Förderung und Entwicklung der westlichen Regionen eine Vielzahl an Messegeländen entstanden, die sich aufgrund ihrer geringen Auslastung oft nicht rentieren. So sollen 2018 in China etwa 9,83 Mio. m² Ausstellungsfläche verteilt über 164 Messegelände zur Verfügung gestanden haben. Bei mehr als der Hälfte der Messegelände betrug die Nutzungsrate unter 10%. Der Konkurrenzkampf der Messestandorte um Messethemen und somit Aussteller und Besucher führt zu thematischen und terminlichen Überschneidungen. Ausreichende Informationen bzw. unabhängig erhobene Daten zu Flächenauslastung, Aussteller- und Besucherzahlen sind wenig verfügbar und erschweren die richtige Messeauswahl für alle Beteiligten.

Messestädte und Messegelände

In China sind in den letzten 10 Jahren viele große Messegelände entstanden. 2018 wurden 164 Messegelände mit einer Hallenflächenkapazität von 9,83 Mio. m² gezählt. Das waren 11 Messegelände bzw. 480.000 m² mehr als 2017. Shanghai ist der wichtigste Messeplatz des Landes - hier befinden sich zwei der größten Messeplätze.



| Die 10 größten Messegelände in China (über 100.000 m ²) | |
|---|--------------------------------------|
| Gelände | Bruttohallenfläche in m ² |
| National Exh. & Conv. Ctr (NECC), Shanghai | 400.000 |
| China Import & Export Fair Complex, Guangzhou | 338.000 |
| Kunming Dianchi Intern. Conv. & Exh. Centre | 300.000 |
| Western China International Expo City, Chengdu | 205.000 |

| | |
|---|---------|
| Chongqing International Expo Centre | 200.000 |
| Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) | 200.000 |
| Wuhan International Expo Centre | 150.000 |
| Nanchang Greenland International Expo Center | 140.000 |
| Xiamen International Conference & Exhibition Center | 140.000 |
| GD Modern International Exhibition Center, Houjie | 130.000 |

Zusätzliche Messegelände wurden in den letzten Jahren z. B. in den Provinzen Shandong und Guangdong gebaut. Mit einer überdachten Ausstellungsfläche von 1,54 Mio. m² verteilt über 21 Messegelände nimmt die südliche Provinz Guangdong eine Spitzenposition in China ein.

Deutsches Engagement

Im Ländervergleich nimmt die VR China den ersten Platz ein, was Eigenveranstaltungen deutscher Messeveranstalter im Ausland betrifft. Die Konzepte dieser Eigenveranstaltungen orientieren sich an den Standards führender internationaler Messen in Deutschland. Nahezu alle großen deutschen Messeveranstalter sind in China aktiv. Der mit Abstand attraktivste Markt ist die Wirtschaftsmetropole Shanghai.

Außerhalb der führenden Messestädte Shanghai, Peking und Guangzhou sind die deutschen Veranstalter u. a. in Chengdu, Changsha, Foshan, Nanjing, Shenzhen, Wuhan, Qingdao und Xian aktiv.

| Jahr | Anzahl GTQ** | China (ohne Hongkong) | Shanghai |
|-------|--------------|-----------------------|----------|
| 2019* | 324 | 86 | 51 |
| 2018 | 321 | 88 | 51 |
| 2017 | 300 | 83 | 50 |
| 2016 | 296 | 84 | 49 |
| 2015 | 295 | 84 | 49 |

* vorläufig

**Eigenveranstaltungen deutscher Messeveranstalter bewirbt der AUMA mit dem Label „German Trade Fair Quality Abroad“ (GTQ).

Quelle: AUMA-Datenbank



Auslandsmesseprogramm (AMP)

In der VR China können sich deutsche Unternehmen auf zahlreichen gut etablierten Fachmessen unter der Dachmarke „made in Germany“ innerhalb des Auslandsmesseprogramms (AMP) präsentieren. Die Messebeteiligungen in Form von German Pavilions decken einen Großteil im Investitionsgüterbereich ab, wie z. B. Maschinenbau, Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen, Automobilzulieferindustrie, Sanitär, Heizung, Klima, Landwirtschaftstechnik, Gesundheitswirtschaft bis zu Chemie- und Umwelttechnik. Aber auch Möbel-, Mode- und Konsumgütermessen sind seit vielen Jahren wichtiger Bestandteil im AMP. China ist der wichtigste Messeplatz für deutsche Unternehmen innerhalb des AMP, wobei Shanghai mit Abstand der bedeutendste Messeplatz bleibt.

Kontakte

Delegation of German Industry and Commerce Beijing

E-Mail: info@bj.china.ahk.de

Homepage: <http://www.china.ahk.de>

Delegation of German Industry and Commerce Shanghai

E-Mail: office@sh.china.ahk.de

Homepage: <http://www.china.ahk.de>

Delegation of German Industry and Commerce Guangzhou

E-Mail: info@gz.china.ahk.de

Homepage: <http://www.china.ahk.de>

Botschaft der Bundesrepublik Deutschland

E-Mail: embassy@peki.diplo.de

Homepage: <http://www.peking.diplo.de>

AUMA e.V.

Natalja Wings

Referentin

Regionen: Osteuropa, Zentral- und Ostasien

Tel.: +49 30 24 000 124 Fax: +49 30 24 000 320

E-Mail: n.winges@auma.de

Quelle:

AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.