

# Nanjing ignoriert das Potenzial des Mittelstands

Jiangsus Provinzhauptstadt Nanjing ist ein idealer Standort, um chinaweite Vertriebsstrukturen aufzubauen, auch für kleine und mittlere Unternehmen, sagt die Geschäftsführende Gesellschafterin der Sharehouse (Nanjing) Co., Ltd., Julia Güsten. Doch die Stadt interessiert sich nur für die großen Investoren.

**Frau Güsten, Jiangsu gehört zu den wirtschaftlich stärksten Provinzen Chinas. Ist von Jiangsu die Rede, denkt jeder zunächst an die Städte im Shanghaier Speckgürtel, an Taicang, an Kunshan. Die Provinzhauptstadt Nanjing scheint kaum eine Rolle zu spielen. Warum ist das so?**

Das entscheidende Wort ist „Speckgürtel“. Shanghai, für viele lange der Standort Nummer eins, wird immer teurer, die Industrie wird immer mehr an den Rand gedrängt, und die Unternehmen suchen nach Alternativen. Da wundert es nicht, dass die Welle zunächst einmal in den Speckgürtel „schwappt“. Mittlerweile geht es ja schon viel weiter. In Suzhou haben die Kosten inzwischen fast schon Shanghaier Niveau erreicht. Die Welle ist mittlerweile schon an Nanjing vorbei in Richtung Anhui gezogen. Das macht aber Nanjing aus meiner Sicht für Unternehmen noch interessanter.

**Warum? Was zeichnet den Standort aus?**

Nanjing ist nahe genug an Shanghai gelegen, um vom Industriegürtel im Jangtsedelta zu profitieren, und gleichzeitig ist es weit genug von Shanghai entfernt, um nicht von den Shanghaier Problemen wie etwa den steigenden Preisen direkt beeinflusst zu werden. Dazu kommt die Nähe zu Anhui, einer Provinz, die in den vergangenen Jahren an Wirtschaftskraft gewonnen hat. An der Hochgeschwindigkeitsstrecke zwischen Shanghai und Peking gelegen, kann die Stadt auf eine gut ausgebaute Infrastruktur verweisen, zu der der Hafen gehört. Wir haben hier einen Direktflug nach Deutschland. Aus Nanjing heraus sind alle wichtigen Standorte in China gut zu erreichen. Nanjing ist ein idealer Standort, wo es dank der Vielzahl an Universitäten auch ein gutes Reservoir an Arbeitskräften gibt.

**Nun haben viele kleinere Städte in China inzwischen verstanden, dass es beim Bestreben, deutsche Investoren anzulocken, nicht ausschließlich um die sogenannten „Fortune 500“ gehen kann. Sehen das die Nanjinger auch?**

Leider nicht. Bisher noch nicht. Das ist das eigentliche Manko Nanjings und ein Grund dafür, warum sich kleinere Unternehmen eher in Städten wie Wuxi oder Changzhou umschauen und ansiedeln. Dort gibt es durchaus auch Probleme für die Unternehmen, die jedoch von den jeweiligen Stadtregierungen sehr stark hofiert und unterstützt werden. Die Nanjinger Regierung setzt dagegen nach wie vor auf große Investoren und unterstützt kleinere Firmen kaum. Der Mittelstand wird eher an den Rand gedrängt. Seit 20 Jahren kämpfe ich hier in Nanjing für den Mittelstand und habe mich vor drei Jahren entschieden, mit meinem eigenen Projekt, dem Sharehouse, das zu machen, was die Stadtregierung nicht macht: Mittelständischen Unternehmen Starthilfen zu geben.

**Für welche mittelständischen Unternehmen ist die Stadt vor allem ein interessanter Standort?**

Für Zulieferer in der Automobilindustrie, für Maschinenbauer. Grundsätzlich sind die Nähe zum Jangtsedelta und die gute Logistikinfrastuktur für „kleine Spezialisten“ ideal, hier Vertriebsstrukturen aufzubauen.

**Was benötigt der Mittelstand, damit er sich in Nanjing ansiedelt?**

Genau das, was wir mit dem Sharehouse machen: Eine Plattform, eine Art Inkubator, um in den Markt hineinwachsen zu können. Das bieten wir, und wir sind mit der Kombination aus Büroinfrastruktur, Lager und Shared Services einmalig in China. Die Idee ist, dass Firmen, wenn sie eine bestimmte Größe erreicht haben, sozusagen flügge sind, „entlassen“ werden, um eine Produktion aufzubauen. Sie können hier aber auch langfristig bleiben, um ihren Vertrieb zu organisieren.

Dazu kommt der Firmenpool im Rahmen der Partnerschaft zwischen Baden-Württemberg und der Provinz Jiangsu, der hier seit vielen Jahren besteht. Auch das ist eine ideale Einstiegshilfe für mittelständische Unternehmen, die es ihnen ermöglicht, den Markt „zu beschnuppern“.



## Nanjing in Zahlen 2016

Bruttosozialprodukt	1.050,30 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	8,0%
Anteil der Industrie am BSP	411,72 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	5,3%
Anteil des Dienstleistungssektors am BSP	613,33 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	9,2%
Konsumvolumen	508,82 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	10,9%
Fixed-Asset-Investitionen	533,36 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	2,0%
Ausländische Investitionen	3,48 Mrd. US\$
Veränderung zum Vorjahr	4,3%
Darunter in moderne Dienstleistungen	1,45 Mrd. US\$
Veränderung zum Vorjahr	34,1%
Export	195,22 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	-0,2%
Anteil privater Unternehmen am Export	15,51 Mrd. ¥
Veränderung zum Vorjahr	18,6%

Quelle: Statistikbüro Nanjing

### Wie sieht das Sharehouse-Konzept konkret aus?

Wir bieten den Unternehmen die Möglichkeit, hier eine 100-prozentige Niederlassung unter einem gemeinsamen Dach zu gründen. Dabei können sich die Firmen auf das eigentliche Geschäft konzentrieren, während wir die administrativen Aufgaben übernehmen – von Personalbeschaffung über Buchhaltung bis hin zu Lagerhaltung und Logistikdienstleistungen.

### Wie wird das Sharehouse-Angebot angenommen?

Derzeit haben wir hier neun Unternehmen und gehen davon aus, dass in den kommenden sechs Monaten weitere vier bis fünf dazukommen werden.

**Sie sagen, das Sharehouse sei einzigartig in China. Da liegt es nahe zu vermuten, das Vorhaben werde auch von der Stadt unterstützt, so wie beispielsweise die Taicanger Verwaltung alles daransetzt, in der Stadt deutsche Strukturen zu stärken.**

Leider nicht. Wir seien zu klein, so die Begründung. Wir hoffen aber, dass die Stadtregierung eines Tages den Wert unseres Modells erkennt. Dazu müssen wir weiter wachsen und beweisen, dass es ein Modell ist, mit dem zwar kleine, aber immerhin Spitzenunternehmen in die Stadt geholt werden können.

Als wir vor drei Jahren mit dem Projekt begonnen und ein Grundstück gesucht haben, hätten uns 50 Kilometer außerhalb von Nanjing die Behörden mit Kuschhand genommen. Das Problem ist nur, dass wir auf Vertrieb ausgerichtet sind. Vertriebsfirmen wollen aber nicht in der „Pampa“ sitzen. Sie brauchen die Nähe zum Hafen, zum Flughafen und können nicht auf dem „platten Land“ agieren. Nanjing hat anders als viele kleinere Standorte noch nicht erkannt, dass es sich lohnt, auch kleinere Projekte wie unseres zu unterstützen. Die kleineren Städte haben das Potenzial solcher Vorhaben längst erkannt. Nanjing ist da noch zu arrogant. Hier sind sehr viele Großinvestoren, die kleinen zählen nicht. Noch nicht. *pt*

### JULIA GÜSTEN

ist Geschäftsführende Gesellschafterin der Sharehouse (Nanjing) Co., Ltd. Vor drei Jahren gegründet, bietet Sharehouse kleinen und mittleren Unternehmen eine Plattform, um Vertriebsstrukturen in China aufzubauen. Zuvor hatte Julia Güsten fast zwei Jahrzehnte die Repräsentanz des Landes Baden-Württemberg in Nanjing geleitet. [www.sharehousechina.com](http://www.sharehousechina.com)

