

Während Europäer und Amerikaner einen erneuten Wirtschaftseinbruch fürchten, meldet China einen Rekord nach dem anderen. Die Kommunistische Partei hofft, dass der ökonomische Aufstieg des Landes vor allem die eigenen Bürger beglückt. Ihr Kalkül: Wer sich teure Güter leisten kann, be-

Die Macht des chinesischen Konsumenten

schwert sich nicht über die autoritäre politische Führung. Die *Süddeutsche Zeitung* beschreibt den Wandel der Volksrepublik zur Konsummacht und die Auswirkungen auf die Welt-

wirtschaft. Deutsche Anleger haben längst erkannt, dass Asien das ökonomische Zentrum von morgen sein wird. Noch fürchten viele das Risiko, dort zu investieren. Über Chinas Konsumenten können sich besonders deutsche Autokonzerne freuen – die Chinesen mögen ihre Fahrzeuge.

Ein Land im Kaufrausch

Süddeutsche Zeitung
30. Sept. 2010

Nirgendwo werden so viele Autos erworben wie in China. Die Konsumlust ist ganz im Sinne der autoritären Führung

Von Marcel Grzanna

Die Kommunistische Partei (KP) nutzt zur Vermarktung ihrer Politik im eigenen Land ein Adjektiv besonders gerne: harmonisch. Es gibt die harmonische Umsiedlung von Dörfern, die harmonische Entwicklung des Landes und die harmonischen Beziehungen zwischen Bürgern und Beamten. Über allem steht natürlich die harmonische Gesellschaft.

Leider mangelt es dieser Worthölse an Inhalt, der erklären würde, wie eine harmonische Gesellschaft überhaupt funktioniert – zumal in einem autoritären Staat. Die Partei liefert dazu nur leere Phrasen. Deshalb darf man eine Vermutung anstellen: In der harmonischen chinesischen Gesellschaft tragen Hunderte Millionen Chinesen ihre Einkommen in Hunderttausende Einkaufszentren und bescheren der Führungselite des Landes Hunderte Milliarden Yuan. Konsumierende Bürger beklagen sich nicht über Politik, hofft die KP und darf bis ans Ende aller Zeiten alleine weiter regieren. Alle sind glücklich. Das klingt doch irgendwie harmonisch.

Was die Zahl der Einkaufszentren in China angeht, nähert sich die Realität der Theorie mit großen Schritten an. Jedes Provinzstädtchen, das etwas auf sich hält und mitspielen will im Wettbewerb um die imposanteste Entwicklung, gönnt sich eine eigene Shopping-Mall. Ganz zu schweigen von den rund 170 Millionen-

Wer sich Luxusgüter leisten kann, beklagt sich nicht.

städten, in denen neue Einkaufszentren wie Pilze aus dem Boden sprießen. Doch eine Garantie für lukrative Umsätze bedeutet der Bau der schicken Märkte nicht. Manche sind sogar so schlecht besucht, dass Parzellen leer stehen, oder Kunden eine Verkäuferin beim Nickerchen mit dem Kopf auf dem Tresen erwischen können. Ein großer Teil der Bürger kann oder will sich die Einkaufstouren nämlich gar nicht leisten.

Das soll sich ändern. Die Asia Development Bank (ADB) hat in einer Studie das neue Jahrzehnt zum Jahrzehnt des Privatkonsums in China erkoren. „Der Konsum in China ist ungemein wichtig. Es ist nicht nur die chinesische Wirtschaft selbst, die davon profitiert, sondern die ganze Welt“, sagt Yolanda Fernandez Lommen, die bei der ADB in Peking die Abteilung Wirtschaft leitet. Der Chefökonom der Bank, Dong Tao, hat berechnet, dass sich das Volumen des Konsumenten-

marktes im Reich der Mitte von 1,72 Billionen US-Dollar im Jahr 2009 auf fast 16 Billionen US-Dollar im Jahr 2020 nahezu verzehnfachen wird. Zum globalen Konsum würden die Chinesen dann einen Anteil von fast einem Viertel beitragen. 2009 waren es nur knapp über fünf Prozent. Kein anderes Land der Welt könnte da mithalten, nicht mal die USA.

In den neunziger Jahren bestimmte die Explosion des Exportsektors die Geschichte der chinesischen Wirtschaft. Wer dabei mitmischte, konnte steinreich werden. Im vergangenen Jahrzehnt waren der Immobiliensektor und die Infrastruktur die großen Themen. Auch hier verdiente so mancher Milliarden.

Das nächste Kapitel sollen nun Chinas Konsumenten schreiben. Schon jetzt kaufen die Bürger so viele neue Autos wie keine andere Nation der Welt und sind für die Hersteller längst das Gegengewicht zum Abwärtstrend in den USA und Europa geworden. Ganz zu schweigen von den Luxusgütern, die sich Chinesen mit Vorliebe gönnen. „China wird künftig einen riesigen Bedarf an Luxusgütern entwickeln, weil die Wirtschaft auch in den kommenden fünf Jahren so schnell wachsen wird wie fast nirgendwo sonst auf der Welt. Außerdem fehlen den Leuten andere Investitionskanäle, um ihr Geld anzulegen“, sagt Yan Jin, Analyst der Standard Chartered Bank in Peking.

Der Kampf um die Gunst der Kunden zwischen ausländischen und heimischen Unternehmen hat längst begonnen. Die prognostizierte steigende Konsumlust des Milliardenvolks versetzt die Industrie in helle Aufregung und manchmal in blinde Gier, so dass sie zum Markteintritt Zugeständnisse macht, die kurzfristiger nicht sein können und Betriebsgeheimnisse preisgeben. Aber im Augenblick spült der chinesische Kunde dringend benötigte Umsätze in die Kassen. Je höher der Anspruch an ein Produkt, desto größer ist in der Regel der Marktanteil der Ausländer, stellt die Asian Development Bank fest. Doch chinesische Firmen holen auf. Sie wollen die steigenden Einkommen ihrer Landsleute nicht kampflos den Ausländern überlassen.

Es wird ein Kampf auf Biegen und Brechen, zumal der Konsumboom in China erst am Anfang steht. Denn das Gehaltsniveau ist weiterhin niedrig. Und selbst wenn Arbeitnehmer genug verdienen,

sparen sie lieber. Der Grund: Es fehlt an ausreichender betrieblicher oder staatlicher Altersvorsorge, an einem verlässlichen Gesundheitswesen, das Kranken die größten Kosten ihrer medizinischen Versorgung ersetzen würde; und es mangelt an einem Bildungssystem, das unabhängig von der Herkunft allen Kindern und Jugendlichen des Landes gleiche finanzierbare Chancen gewährt. Unfreiwillig zwingt der Staat einen großen Teil der Bevölkerung förmlich zum Sparen.

Dementsprechend wenig trägt der Konsum der Chinesen immer noch zum Bruttoinlandsprodukt des Landes bei: Es sind gerade einmal 35 Prozent. In den USA hingegen, wo die meisten Leute vom Sparen deutlich weniger halten, beträgt der Konsumanteil 70 Prozent. Zwar ist im vergangenen Jahrzehnt der Verkauf von Konsumgütern in China jährlich um acht Prozent gewachsen. Doch das ist immer noch viel zu wenig für die zweitgrößte Volkswirtschaft der

Welt. Dass der Binnenkonsum überhaupt 35 Prozent erreicht, liegt in erster Linie am gewaltigen Bedarf an Rohstoffen wie Öl, Kupfer oder Eisenerz. China hat irrsinnige Summen investiert, um Bauprojekte anzuschleppen und so das Wachstum stabil zu halten. Doch nun wird der Umfang der Staatsinvestitionen zurückgefahren. „Steigender Absatz von Konsumgütern muss diesen Ausfall ersetzen“, sagt Analyst Yan.

Das kann nur funktionieren, wenn die Leute weniger sparen. Also muss ihnen neben einem besseren sozialen Sicherheitsnetz auch schlicht mehr Geld zur Verfügung stehen, das sie leichter ausgeben können.

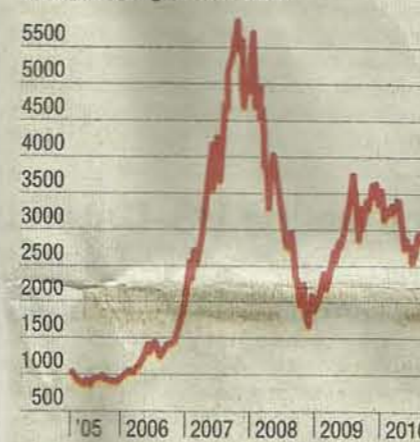
Die Regierung schmiedet ehrgeizige Pläne und peilt einen Anstieg der Einkommen von 15 Prozent pro Jahr an. Fast landesweit sind in diesem Jahr bereits die Mindestlöhne in China um rund 20 Prozent gestiegen. Die Asian Development Bank zählt 817 Millionen Chinesen derzeit zur Mittelschicht, die täglich zwischen zwei und 20 US-Dollar ausgeben. In fünf Jahren sollen die Bürger doppelt so viel Geld in der Tasche haben wie heute. Die Kaufkraft der Mittelschicht würdeasant steigen.

Wenn genug Geld da ist, geben die Chinesen ihre Yuan gerne aus. Im ersten Halbjahr 2010 sind die Umsätze des Einzelhandels um 18,2 Prozent im Vergleich zum krisengeplagten Vorjahreszeitraum gestiegen. In einer repräsentativen Umfrage unter Frauen, die in der Stadt leben, ergab sich, dass sie 2009 im Vergleich zu 2006 ein Drittel ihres Einkommens mehr in Konsumgüter investierten.

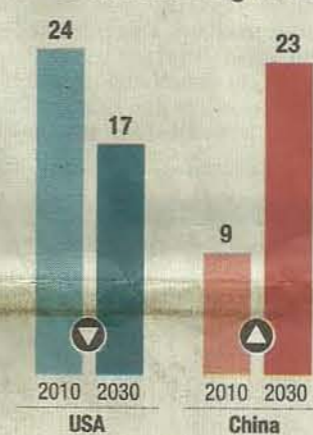


Shanghai Shenzhen 300

Aktienindex; Angaben in Punkten



Anteil an der weltweiten Wirtschaftsleistung in Prozent



SZ-Graphic: Michael Metzner; Quelle: Goldman Sachs, Thomson Financial; Fotos: Reuters, epa, apn (2), APF (2)