

Sonderheft China 2007

wiwo.de

Wirtschafts Woche

Deutschland €3,40



Keine Angst vor dem Drachen

Wie Deutschlands Wirtschaft der Herausforderung China trotzt

Umwelt

Deutsche Umwelttechnologie heiß begehrt

Autoindustrie

Wie Chinas Autokonzerne die Welt erobern

Olympische Spiele 2008

Das neue Gewand Chinas

ridors im zweiten Stockwerk liegt das Trendbüro, die chinesische Niederlassung der Hamburger Zukunftsforscher. Dirk Jehmlich sitzt an einem schwarzen Konferenztisch, hat seinen Apple-Laptop aufgeklappt, über den Bildschirm huschen bunte Diagramme und Schlagworte. Jehmlich und seine Mitarbeiter versuchen, für ihre Kunden in die Zukunft zu blicken.

Welche Autos will der chinesische Markt in fünf Jahren? Welche Rolle spielen Mode- und Luxusgüter künftig für welche Kundengruppen? Was wollen die Chinesen?

„Alle Konzerne sind inzwischen hier, doch viele verharren in der Gegenwart“, sagt Jehmlich. Wer die Zukunft erkennt, dem gehört der Markt. Immer wieder hatte sich das Trendbüro von der Hamburger Zentrale aus mit dem wachsenden chinesischen Markt beschäftigt, denn Kunden wie Volkswagen, Audi und Adidas schenken China längst größte Aufmerksamkeit.

Dass auch kreative Unternehmen, Designer, Architekten und andere Dienstleister wie das Trendbüro Niederlassungen in Peking eröffnen, ist eine neue Entwicklung. Sie zeigt: China ist heute viel mehr als das Niedriglohnland, in dem billige T-Shirts zusammengenäht werden.

Lange haben die Chinesen alles Ausländische mit geradezu religiösem Glauben verehrt. „Das wird sich ändern“, ist sich Jehmlich gewiss. Bisher haben die westlichen Konzerne ihre Produkte in Europa und den USA entwickelt, denn dort waren die Kunden, die Chinesen bekamen die Restbestände. „Doch der Markt ist hier, bald werden auch die westlichen Unternehmen ihre Produkte für China entwickeln“, sagt Jehmlich.

Zudem entdeckt China das Chinesische. Schon jetzt designen die Autokonzerne ihre Fahrzeuge speziell für die Bedürfnisse der chinesischen Kunden.

Das alte Peking muss man heute suchen, die versteckten Orte, wo trotz Neubauboom und Olympiefieber noch immer die Seele der Stadt wohnt: In den Hutongs, den verzweigten Gassen mit den flachen Hofhäusern, wo die Straßen so eng sind, dass selbst die Müllabfuhr auf dem Fahrrad kommt. „Die Hutongs sind das Herz der Stadt“, sagt Jie Schneebeli-Chen, „hier lebt das alte Peking.“

Schneebeli-Chen ist selber in einem Hutong aufgewachsen, sie waren acht Familien in einem Haus, die Nachbarn teilten Essen und Alltag miteinander. Es war eine glückli-



Hutong-Viertel mit Tempel und Neubauten in Peking, Hotelbesitzerin Schneebeli-Chen
In den alten Hutongs wohnt die Seele der Stadt



che Zeit, auch wenn im Winter die Wasserleitungen zufroren und der Kohleofen der einzige warme Ort im ganzen Haus war.

Ende 1986 ging sie zum Studium in die Schweiz. Sie blieb 20 Jahre, heiratete, bekam ein Kind; und wenn sie Deutsch spricht, klingt sie wie eine Schweizerin.

Letztes Jahr kehrte sie nach China zurück und kaufte einen Hutong, eine Straßenecke neben dem Konfuzius-Tempel. Im Februar eröffnete Schneebeli-Chen dort ein kleines Hotel, das sie „Swiss Road Hotel“ nannte, ein typisch chinesisches Hofhaus, doch ausgestattet mit modernem westlichem Komfort, Fußbodenheizung und drahtlosem Internet.

Weil es Leute wie sie gibt, besteht Hoffnung, dass Peking sein altes Gesicht nicht völlig verlieren wird und eines Tages nur

noch aus Hochhäusern mit Spiegelfassaden aussieht.

Die meisten ihrer Gäste sind Ausländer, die ein Zimmer in ihrem Boutique-Hotel buchen, um das echte Peking kennenzulernen. Doch auch bei den Chinesen wächst das Bewusstsein für die eigene Kultur und Geschichte. Viele bauen, jeder auf seine Weise, mit am neuen Peking.

Die Stadt befindet sich in einem kreativen Durcheinander und noch kann man nicht erkennen, was daraus entstehen wird. Man kann in Peking die Geburt einer neuen Stadt erleben, genau das macht Peking einmalig. Wer das mit eigenen Augen sehen will und rechtzeitig anruft, für den ist im Swiss Road Hotel bestimmt noch ein Zimmer frei. ■

janis vougioukas

dezu religiösem Glauben verehrt. Das wird sich ändern