

Shanghais Skyline
Jedes Jahr im Herbst
mehrere Oktoberfeste



Arbeiten,
arbeiten

arbeiten

Zum Glück stehen in Shanghai vor jedem glitzernden Wolkenkratzer, vor jedem Einkaufszentrum und Bürogebäude grau-uniformierte Sicherheitskräfte.

Sie helfen gern, wenn sich jemand im bizarren Häusergewirr der Stadt verirrt. „Ke-Lai ist dort“, sagt der Sicherheitsmann prompt, der vor einem der zahlreichen Bauten am Prachtboulevard Bund Aufsicht führt und zeigt Richtung Osten. An der berühmten Promenade der Stadt stehen die feinsten internationalen Hotels und Restaurants, hier

Kreative Köpfe aus aller Welt zieht es nach **Shanghai**. Wer in der Metropole Erfolg haben will, muss Ausdauer mitbringen.

betreiben Luxusmarken wie Armani und Cartier ihre Geschäfte.

Auch ein deutsches Unternehmen residiert hier: die Porzellanmanufaktur Kahla aus Thüringen – auf Chinesisch Ke-Lai, was so viel bedeutet wie „Gast kommt her“. Von hier aus managt Kerstin Kaehler seit einem Jahr das China-Geschäft des Unternehmens. Deutsches Porzellan ausgerechnet an Chinesen zu verkaufen, an die Erfinder des weißen Goldes – wie soll das gehen? „Keine leichte »

SERIE
Arbeiten
im Ausland

Aufgabe“, sagt die 32-Jährige. „Aber in Shanghai ist nichts unmöglich, und genau das ist es, was ich an der Stadt liebe.“

Noch steht Kaehler am Anfang ihres Unterfangens. Mit 17 Jahren kam sie zum Schüleraustausch nach Shanghai, studierte in China und war sechs Jahre lang stellvertretende Leiterin des German Center in Shanghai. „Man muss hartnäckig und geduldig sein, um hier Erfolg zu haben.“

Shanghai, das Tor zum Westen, die Geburtsstätte des modernen China, lockt kreative Köpfe aus aller Welt an. Keine andere chinesische Stadt strebt so erfolgreich nach Reichtum, Größe und internationaler Anerkennung. Die Wirtschaft floriert. Seit Jahren legt die 20-Millionen-Einwohner-Metropole ein zweistelliges Wachstum hin.

Ausländisches Kapital fließt in die Stadt: Allein 2004 waren es 6,5 Milliarden US-Dollar. „Hier herrscht eine Dynamik, wie sie wohl unsere Eltern in der Nach-

kriegszeit in Deutschland erlebt haben“, sagt Peter Decu, Geschäftsführer des deutschen Handelshauses C. Melchers aus Bremen. „Wer hier mithalten will, muss sich den Chinesen anpassen und arbeiten, arbeiten, arbeiten.“ Der 40-Jährige lebt seit mehr als zehn Jahren mit Frau und zwei Kindern in der Stadt.

Von den rund 3000 deutschen Unternehmen in ganz China sind rund 800 in Shanghai angesiedelt. Mehr als 7000 Deutsche leben in der Stadt. Es gibt einen deutschen Club, eine deutsche Schule, eine Praktikantenbörse und alljährlich im Herbst mehrere Oktoberfeste.

Die Konkurrenz um gute Jobs ist groß. Nicht nur Ausländer aus aller Herren Ländern strömen in die Stadt, jährlich suchen auch Tausende von jungen chinesischen Hochschulabsolventen hier Arbeit – besonders gern in den internationalen Konzernen. Schließlich liegen dort die Gehälter um ein Vielfaches höher als in chinesischen

Unternehmen. „Shanghai ist wie New York oder London. Es gibt zwar viele Chancen, aber es herrscht extremer Wettbewerb“, sagt Christoph Lienke. „Über eine Bewerbung aus Deutschland hier einen Job zu finden, ist fast unmöglich. Man muss vor Ort sein und Leute kennen.“

Lienke muss es wissen. Der 36-Jährige ging vor drei Jahren nach China. Nachdem der Betriebswirt Erfahrungen in Deutschland und den USA gesammelt hatte, „wollte ich dahin, wo wirtschaftlich viel passiert, und ich wollte etwas Neues lernen“. Seine Begeisterung für Asien trieb ihn ins Reich der Mitte. In seiner Jugend trainierte er Kungfu und chinesisches Schattenboxen. „Mein Plan war, ich schaue mir Shanghai, Peking und Hongkong an. Wenn es mir gefällt, und wenn ich einen Job finde, dann bleibe ich.“

Shanghai hat Lienke gleich in den ersten Ta-

Was Shanghai bietet

■ Erste Anlaufadresse für Jobsuchende ist die Deutsche Handelskammer (www.china.ahk.de). Sie gibt auch den „Job-Report“ heraus. Alternative: Das German Centre (www.germancentre.org.cn).

■ Gut 800 deutsche Unternehmen und 7000 Deutsche sind in Shanghai. Es gibt einen deutschen Club, einen Praktikantenstammtisch und eine deutsche Schule.

■ Job-Bewerber erwarten in China die üblichen Auswahlverfahren: Tests, Interviews, Assessment Center. In chinesischen Unternehmen meist nur Interviews. Dabei bitte höflich bleiben, nie ins Wort fallen, keine zu kritischen Fragen.

■ 2004 flossen 6,5 Milliarden US-Dollar ausländischer Direktinvestitionen nach Shanghai. Deutschland belegt Platz 5 in der Liste der größten Investoren.

gen in sein Herz geschlossen. „Die Aufbruchstimmung hier steckt an“, sagt er. Vor seinem Abflug nach China hatte Lienke in der Uni in München einen Zettel ans schwarze Brett gehängt: „Fahre nach Shanghai, wer kennt dort jemanden?“ Prompt meldete sich eine Chinesin, die in München studierte. Sie besorgte ihm eine Wohnung in Shanghai. Eine chinesische Freundin holte Lienke vom Flughafen ab. „Nur die Jobsuche war schwieriger als ich dachte“, sagt Lienke. „Mir fehlte die Asien-erfahrung.“

Er hatte Glück. Kurz nach seiner Ankunft traf er auf dem Deutschen Ball in Shanghai einen Headhunter, der ihm einen Job anbot. Einen Monat später trat der gebürtige Berliner als Marketingleiter bei dem deutschen Mittelständler Zerma in Shanghai an. Das Unternehmen stellt Zerkleinerungsmaschinen für das Kunststoffrecycling her. „Hier habe ich gelernt, wie man mit Chinesen verhandelt. Man muss immer wieder erklären, was man will und viele Stunden in Verhandlungen investieren, auch wenn man selbst meint, das bringt nichts mehr.“ Ohne Sprachkenntnisse seien Verhandlungen mit Chinesen besonders schwierig.

Ohne die würde Lienke auch bei seiner neuen Unternehmung nicht auskommen. Im August 2004 gründete er zusammen mit einem deutschen Freund ein eigenes Unternehmen in Shanghai. „Viele ausländische Unternehmen haben in Shanghai und Um-

gebung ihre Produktionsanlagen. Die Produktkataloge aber werden meistens in Europa hergestellt. Das geht doch viel günstiger und schneller gleich vor Ort“, sagten sich Lienke und sein Partner. Ihr Unternehmen Rimage bietet deshalb international professionelle Produktfotografie und digitale Bildbearbeitung an.

Die Geschichte der beiden Deutschen hört sich an wie eine Gründerstory aus den besten Internetzeiten der Neunzigerjahre. Angefangen haben die Jungunternehmer mit ihrem Geschäft in einer Shanghai-er Wohnung. Nur ein paar tausend Dollar hat die Gründung des Unternehmens in Hongkong gekostet.

Internationale Konzerne wie Ikea und Elle zählen heute zu ihren Kunden, 20 Mitarbeiter haben die beiden Deutschen eingestellt – 15 Chinesen, 5 Westler. „Sicher gibt es chinesische Unternehmen, die etwas Ähnliches anbieten, aber wir haben uns schnell einen Namen als verlässliche Geschäftspartner gemacht. Und die Chinesen schätzen es ungemein, wenn ein Ausländer ihre Sprache spricht – das erleichtert jede Verhandlung um einen Auftrag.“

„Wer in Shanghai Karriere machen will, der sollte unbedingt Landes- und Sprachkenntnisse mitbringen“, rät deshalb Christian Sommer, Leiter des German Center für Industrie und Handel in Shanghai. „Ideal ist eine Kombination aus einem Ingenieur- oder Managementstudium und einem China-Schwerpunkt.“

Ein paar deutsche Tugenden im Gepäck zu haben, ist aber genauso wichtig: „Wer extrem belastbar und geduldig ist, Freude an der Arbeit und am Land hat und gleichzeitig bereit ist, Abstriche am in Deutschland gewohnten Komfort hinzunehmen, der hat hier beste Chancen“, zählt Sommer auf.

Die Einstiegsgehälter für internationale Hochschulabsolventen in Shanghai liegen zwischen 1500 und 3000 Euro pro Monat. Chinesische Unternehmen zahlen allerdings weit weniger. Brigitte Wolff, Unternehmensberaterin in Shanghai: „Was die Chinesen an uns Deutschen schätzen, ist unsere Detailtreue und dass wir Risiken gut abschätzen.“ Die Deutschen haben immer einen Plan B in der Schublade, so das Image.

Die 46-jährige Wolff kam vor sechs Jahren nach Shanghai. Abenteuer und die Exotik des fremden Landes lockten die gelernte Ingenieurin hierher. Anfang 2002

gründete sie dann ihr eigenes Unternehmen in Shanghai mit Büros in Peking und in Haikou auf der südchinesischen Insel Hainan. Heute beschäftigt ihr Consultingunternehmen Abacus zehn chinesische Mitarbeiter.

Abacus berät vor allem internationale Unternehmen aus dem Maschinenbau, der Druck- und Verpackungsindustrie, die in China investieren wollen und betreibt für sie Markt- und Wettbewerbsanalysen. Das Interesse ist groß. Zu ihren jüngsten Kunden zählen Villeroy & Boch und der Druckknopfhersteller Prym.

Wolff kannte China schon sehr gut, bevor sie den Sprung hierher wagte. In ihrem vorherigen Job als Unternehmensberaterin bei Mercer Management Consulting in München entwickelte sie für Kunden Marktstrategien in China und bereiste das Land Mitte der Neunzigerjahre mehrmals. „Ich schätze die Kompromisslosigkeit, mit der die Chinesen die Dinge angehen. Davon kann ich viel lernen“, sagt Wolff.

Schwierig ist in Shanghai alles, was mit Verwaltung zu tun hat. Ein halbes Jahr musste Wolff auf ihre neue Steuernummer warten, nachdem sie in das neue Büro in der Innenstadt umgezogen war.

„Bei Unternehmensgründungen folgen die Behörden einem starren Schema X“, sagt Porzellan-Managerin Kaehler. In ihrem Fall, der Gründung eines zu 100 Prozent in ausländischer Hand befindlichen Handelsunternehmens, war nicht klar, wie dieses Schema aussehen würde. „Oft wussten die Behörden selber nicht, welche Unterlagen sie von uns anfordern sollten. Kaehler hat die Papierarbeit der Deutschen Außenhandelskammer übertragen, die gute Kontakte zu den Behörden haben.“

Jeder Ausländer muss alljährlich ein neues Aufenthaltsvisum beantragen. „Eine echte Integration in die chinesische Gesellschaft ist wahrscheinlich nicht möglich“, sagt Manager Lienke. Selbst wenn man so wie er mitten unter Chinesen wohnt und nicht in einem der vielen Ausländerviertel in Shanghai. „Meine chinesischen Nachbarn grüßen immer freundlich, aber es käme ihnen nie in den Sinn, mal zu mir zum Tee zu kommen, selbst wenn ich sie einlade.“

Lienke fühlt sich trotzdem wohl in Shanghai – auch wenn vieles anstrengender ist als in Deutschland. Shanghai erstickt im Verkehr, es ist wahnsinnig laut, die Luft ist schlecht und die Stadt hat ein massives Trinkwasserproblem.

Vor wenigen Monaten haben Lienke und sein Partner im Zentrum gegenüber des Jing’An-Tempels, eines renovierten buddhistischen Gebetshauses, für ihr expandierendes Unternehmen eine alte Fabrik gekauft und renoviert. „Wir haben uns eine Oase inmitten von Shanghai geschaffen“, sagt Lienke. So etwas wie Ruhe gibt es kaum in Shanghai. „Die Chinesen sind laut und ungeduldig. Daran muss man sich erst gewöhnen.“

Auch das Kulturangebot ist im Vergleich zur Hauptstadt Peking klein. Sicher, Shanghai steht wie keine andere chinesische Stadt international im Rampenlicht. „Alle kommen irgendwann mal her, um diese Aufbruchstimmung zu erleben – egal, ob Politiker oder Unternehmer, Künstler oder Popstars“, sagt Janis Vougioukas, der vor drei Jahren als freier Journalist nach China kam. „Wer in Shanghai lebt, hat das Gefühl, an einer wichtigen Entwicklung von China teilzuhaben“, sagt er. Dennoch beschränkt sich



Rimage-Gründer Lienke
Viele Chancen sowie extremer Wettbewerb



Unternehmensberaterin Wolff Immer einen Plan B in der Schublade

die Kultur in Shanghai zumeist auf die Esskultur. Die Musik spielt vor allem in Peking. Dort sind zurzeit etwa bei der Jugend Punkkonzerte total in. „In Shanghai gibt es so etwas nur, wenn sich damit Geld verdienen lässt“, sagt Vougioukas.

angela.hennersdorf@wiwo.de

„Ich schätze die **Kompromisslosigkeit**, mit der die Chinesen Dinge angehen. Davon kann ich lernen“