

Auswärtsspiel | 02.09.2009

Aller Anfang ist schwer? In Shanghai nicht!



Blick auf Shanghai

Shanghai ist ein wahres Schlaraffenland, meint Lorenz Wagener, der dort ein Unternehmen gegründet hat. Neben Chancen gebe es aber auch Gefahren. Die Metropole sei voll von Erfolgsgeschichten, aber auch voll von Misserfolgen.

"In Deutschland kann man eigentlich nur dann einen neuen Kunden gewinnen, wenn man jemand anderem einen Kunden wegnimmt", sagt Lorenz Wagener. Shanghai dagegen ist für den jungen Deutschen, der vor fünf Jahren in der chinesischen Metropole eine Firma für fotografische Dienstleistungen und Marketing gegründet hat, ein wahres Schlaraffenland: "Ich kann nur für mich sagen, dass es derzeit der Ort ist, wo es sehr, sehr spannend ist zu sein. Ich habe letztens gelesen, dass es rund 250 Firmen sind, die im Monat neu nach Shanghai kommen und die in Shanghai ihre Büros aufmachen." In Shanghai herrsche kein Verdrängungswettbewerb. Es sei ein stark wachsender Markt, der ständig neue Dinge und neue Dienstleistungen brauche, so der Unternehmer.

Chancen und Risiken



Marketing-Experte Lorenz Wagener

Von wegen Krise: in Shanghai tobt der Kapitalismus, seit die chinesische Regierung die Hafenstadt an der Ostküste Anfang der 1990-er Jahre zur Sonderwirtschaftszone erklärt hat. Die Chancenvielfalt ist maßlos, und der schnelle Reichtum zum Greifen nah. "Man wird ständig gefragt, ob man sich in einem Projekt engagieren möchte, ob man einen Teil übernehmen möchte, oder ob man sich bei einer Firma beteiligen möchte, weil einfach so viel passiert, so viel entsteht, so viel kriert wird, dass es wirklich sehr, sehr viele Möglichkeiten gibt", berichtet Wagener.

Ihm zufolge gibt es aber auch Gefahren: "Wenn man kein klares Ziel vor Augen hat, dann kann es sehr schnell sein, dass man überall hinfährt, in jede Richtung fährt, aber nirgendwo hinkommt." Ausbrennen und verbrennen: genau da lauert die große Gefahr, die von Shanghai ausgeht. Jedenfalls für den jungen Marketing-Experten aus Nürnberg, der erst 27 Jahre alt war, als er sein Unternehmen Rimage gegründet hat.

Shanghai ist süchtig nach Rekorden. Alles muss immer höher, weiter, schneller sein. "Man bekommt einfach immer nur die Erfolgsgeschichten zu hören, wie einer jetzt sein viertes Restaurant aufgemacht hat und jetzt sein fünftes aufmacht oder einer Firma gegründet hat vor drei, vier Jahren und jetzt schon hundert Mitarbeiter hat", so Wagener. Die Stories, die nicht erfolgreich seien, von denen höre man hingegen nie. "Shanghai ist natürlich absolut voll von Erfolgsgeschichten, aber auch absolut voll von Misserfolgen", stellt der junge Deutsche fest.



Mut und chinesische Freunde



Lorenz Wagener kennt auch die Risiken in Shanghai

Zu beginnen ist leicht, erfolgreich zu überleben, das ist die hohe Kunst. Wagener brauchte zur Firmengründung eigentlich nur eine gute Idee, Mut und chinesische Freunde, die im ersten Jahr ihren Namen hergaben, um die Sache als lokales Unternehmen zu starten, was deutlich billiger ist. Nur rund 80 statt bis zu 150.000 Euro Startkapital für eine internationale Firma. "Und dann ist es auch sehr, sehr einfach, die ersten Geschäftskontakte zu knüpfen, die ersten Angebote und Rechnungen zu schreiben und die ersten Überweisungen zu tätigen", erläutert der Jungunternehmer.

Am Anfang fotografierte das Mini-Unternehmen Tunfischdosen in einer kleinen Privatwohnung, um den ersten Kunden etwas vorzeigen zu können. Inzwischen ist Rimage ein internationaler Foto- und Marketingdienstleister mit 21 Mitarbeitern und drei Studios. Über 80 Prozent der Kunden sind ausländische Unternehmen.

"Man muss auch Nein sagen können"

Um sich im kurzatmigen Shanghai auf Dauer zu halten, verfolgt Wagener in der Wirtschaftswunderstadt der unbegrenzten Möglichkeiten ein eisernes Motto: "Man muss einfach in Shanghai nein sagen zu den Möglichkeiten, ansonsten verzettelt man sich. Wenn man ständig auf den Rasen des anderen schaut, ist es schwierig, weil der meistens grüner ist. Man muss einfach auf seinen eigenen Bereich schauen und sein eigenes Ziel verfolgen."

Der heute 32-jährige Nürnberger ist einer von mindestens 8.000 Deutschen in Shanghai. Jedes Jahr wagen rund 200 deutsche Unternehmen den Sprung nach China, ganz viele davon nach Shanghai, das so verlockend glitzert. Über die Verlierer spricht kein Mensch. Sie treten heimlich, still und leise den Rückzug an.

Autorin: Sandra Petersmann
 Redaktion: Markian Ostaptschuk