

China auf dem Weg zur wehrtechnischen Supermacht

Deutschland und Europa erwächst große Konkurrenz bei Produkten und in den Absatzmärkten, Studie der Unternehmensberatung h&z

München, 18. März 2012 – Es ist ein Aufstieg hinter Vorhängen. Die wehrtechnische Industrie Chinas hat in den letzten 15 Jahren einen großen Entwicklungssprung gemacht. „In maximal 20 Jahren wird sie auf Augenhöhe mit dem Westen sein“, prognostiziert jetzt Michael Santo, Vorstand bei h&z, in einer neuen Studie.

Darin kommt die Unternehmensberatung h&z zu dem Ergebnis, dass die Volksrepublik mit ihrer geopolitisch forcierten Rüstungsstrategie, den westlichen Herstellern immer stärker Konkurrenz macht, sowohl um Absatzmärkte als auch bei Produkten. Die Beziehungen der westlichen und der chinesischen Hersteller von Wehrtechnik werden angesichts des wirtschaftlichen und geopolitischen Machtgewinns seitens Chinas neu definiert. „Wollen sie ihre Position behaupten, müssen sich die europäischen Unternehmen und die Politik dringend für den Expansionsdrang der Chinesen rüsten“, sagt Michael Santo.

Die Erfolgsfaktoren der chinesischen Rüstungswirtschaft

Mit günstigen Preisen, attraktiven Zahlungskonditionen, solider Basistechnologie und einer zuverlässigen Lieferung hat die wehrtechnische Industrie Chinas einen rasanten Aufstieg erfahren. In naher Zukunft wird der technologische Rückstand aufgeholt sein. Experten gehen je nach Segment von einem Zeitraum von zehn bis 20 Jahren aus. Unternehmensbeteiligungen gewinnen dabei auch in der Rüstungsindustrie an Bedeutung. Sie sind aber aufgrund der Organisationsstruktur der chinesischen Rüstungskonglomerate nicht unbedingt direkt erkennbar. Gestützt durch eine politische Preisgestaltung, bleibt der preisliche Wettbewerbsvorteil weiterhin erhalten. Und bei den Absatzmärkten eröffnen sich China in Asien, Afrika, Lateinamerika und auch in Europa neue Wachstumschancen.

Mit Beteiligungen und Adaptionen vom Lowtech- zum Hightech-Segment

China hat mit guter Lowtech-Qualität seine heutige Weltmarktposition in der Rüstungsindustrie erreicht. Dieses Segment bleibt auch in Zukunft ein Wachstumsfeld. Konkurrenz von westlichen Wehrtechnik-Herstellern braucht das Land dabei nicht zu fürchten. Die geringen Preise machen die Absatzmärkte unattraktiv. Aber für die chinesischen Unternehmen wird es nicht beim Export günstiger und zuverlässiger Grundausstattung bleiben. Seit Längerem wird in Hochtechnologie investiert. Das Augenmerk der chinesischen Rüstungsstrategen gilt jenseits von kompletten Waffensystemen der Gewinnung von Spitzen-Know-how in einzelnen Technikbereichen, zum Teil aus dem zivilen Sektor. In diesem Zusammenhang sind verstärkt Unternehmensbeteiligungen auch in der Rüstungsindustrie zu erwarten. Erst im vergangenen Dezember hat die chinesische Regierung verkündet, zwei Staatsfonds mit einer Kapitalausstattung von 300 Milliarden US-Dollar aufzulegen.

Neue Absatzchancen in Afrika, Asien, Lateinamerika und auch in Europa?

Der Technologie-Level liegt, verglichen mit westlichen Industriestaaten, im Schnitt bei rund 80 Prozent der Spitzenleistungen im jeweiligen Bereich. Mit der Konzentration auf eine bezahlbare und zuverlässige Grundausstattung hat sich China Absatzmärkte gesichert, die für den Westen uninteressant sind und die in die geopolitische Strategie des Landes passen. Länder in Asien, Afrika und Lateinamerika stehen auch weiterhin im chinesischen Exportfokus. „Es geht China heute weniger darum, westliche Militärstandards kennenzulernen, sondern sich den Zugang zu Rohstoffen zu sichern und seinen wirtschaftlichen und politischen Einflussbereich auszubauen“, erklärt Michael Santo. „Europa als Absatzmarkt rutscht ebenfalls in das Interesse der Volksrepublik.“ Denn der Druck auf die Verteidigungsbudget wächst mit der deutlich gestiegenen Präsenz innerhalb von UN-Missionen sowie einem steigenden Verschuldungsgrad der öffentlichen Haushalte.

Politische Preisgestaltung für ein übergeordnetes staatliches Ziel

Chinesische Waffen kosten heute im Durchschnitt die Hälfte im Vergleich zu denen westlicher Hersteller. Dieser Preisvorteil wird im Wesentlichen erzielt durch einen niedrigeren Technologiestandard und niedrige oder nicht bewertete Produktionskosten. Schließlich sind Chinas Rüstungshersteller Lieferanten in politischen Geschäften. „Konkurrent der europäischen Unternehmen ist eher die ‚China Ltd.‘ als

ein einzelnes Unternehmen“, weiß Michael Santo. Die aussichtsreichen Möglichkeiten in der Preisgestaltung durch das „politische Pricing“ und die Option der Gegengeschäfte werden in ihrer Bedeutung künftig sogar noch deutlich zunehmen. Schließlich ermöglichen sie es den Empfängerländern, ihre militärische Präsenz zu akzeptablen Preisen aufzubauen oder zu erhalten.

Wenn Sie mehr Informationen zum Unternehmen h&Z und zur Studie „Wehrtechnik made in China – eine Bedrohung für europäische Unternehmen?“ benötigen, mailen Sie an presse@huz.de oder besuchen Sie unsere Webseite www.huz.de.

Zum Autor der Studie: Michael Santo, Vorstand bei h&Z und langjähriger Experte in der Luftfahrt- und Verteidigungsbranche. Vor seiner Beratungstätigkeit mit Schwerpunkt in diesem Bereich hatte der studierte Wirtschaftsingenieur verschiedene Leitungsfunktionen in der Luftfahrtindustrie und in der Medizintechnik inne und war außerdem Offizier bei der Luftwaffe.

Über die h&Z Unternehmensberatung AG:

h&Z gehört mit Standorten in München, Düsseldorf, Paris, Wien und Zürich zu Europas führenden Unternehmensberatungen für Business Transformation mit Schwerpunkten in Einkauf, Produktion, Vertrieb und Service. Seit 15 Jahren vertrauen große Konzerne und renommierte Mittelständler aller Branchen auf die Expertise und Erfahrung von h&Z. Mit dem Leitsatz „Beratung mit Hirn, Herz und Hand“ konzipieren mehr als 100 Mitarbeiter innovative Lösungen und setzen diese konsequent um. 98 Prozent der Kunden beauftragen h&Z wiederkehrend.

2011 wurde h&Z beim bundesweiten Wettbewerb „Deutschlands Beste Arbeitgeber 2011“ mit dem Great Place to Work® Gütesiegel für ihre Qualität und Attraktivität als Arbeitgeber ausgezeichnet.

Pressekontakt:

h&Z Unternehmensberatung AG
Dr. Detlef Tietze
Telefon: +49. 89. 24 29 69 62
Telefax: +49. 89. 24 29 69 99
E-Mail: presse@huz.de

© h&Z 2012

h&Z Unternehmensberatung AG

München • Düsseldorf • Paris • Wien • Zürich

Vorstand: Stefan Aichbauer, Rainer Hoffmann, Michael Santo, Dr. Thomas Zachau

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Dr. Erich Hautz

Handelsregister: München HRB-Nr.: 132013

Sitz der Gesellschaft: München

www.huz.de