

Het aantal Chinese bedrijven in Europa neemt sterk toe. Volgens experts staan we aan het begin van een ware investeringsgolf vanuit China. De Duitse havenstad Hamburg heeft al jaren ervaring met het aantrekken van Chinese investeerders. Hoe doen die Hamburgers dat?

# Hamburg: magneet voor Chinese investeerders

**H**anbao, zo heet Hamburg op z'n Chinees. Letterlijk betekent dat 'vesting van Chinezen' en dat is niet helemaal toevallig. Met zo'n 10.000 Chinezen op een bevolking van 1,8 miljoen heeft Hamburg namelijk de grootste Chinese gemeenschap van Duitsland. En dat niet alleen: de Noord-Duitse havenmetropool is ook een spil in de economische relaties tussen Europa en China. Hamburg is een van de populairste vestigingslocaties voor Chinese investeerders op ons continent. Op dit moment zijn er zo'n 400 Chinese ondernemingen in de stad gevestigd. Een deel is actief in de logistiek, containeroverslag en andere maritieme bedrijvigheid, zoals China Shipping, COSCO en Sinotrans. Zo heeft scheepvaartgigant China Shipping in 2005 een nieuw Europees hoofdkantoor gebouwd in de Hafencity, Hamburgs prestigieuze waterwijk. Andere grote Chinese bedrijven zijn de Bank of China, Sinochem Trading en de staalreuzen Baosteel en Sinosteel. Naast Europese hoofdkantoren strijken vooral verkoopkantoren van Chinese bedrijven in Hamburg neer. Van hieruit worden marketing- en salesactiviteiten voor de Europese markt bedacht en aangestuurd. Verder vinden we er tal van kleinere bedrijven uit China, soms met niet meer dan een paar werknemers. Het aantal Chinese investeringen in Ham-

burg blijft groeien. Hoe komt het dat de Duitse havenstad bij de Chinezen zo in de smaak valt?

## **Made in Germany**

De afgelopen jaren zijn er steeds meer Chinese bedrijven op de Europese markt actief geworden. In 2011 bedroegen de Chinese investeringen in Europa 8 miljard euro, drie keer zo veel als in de twee jaren daarvoor en tien keer zo veel als in 2004-2008. Sinds 2000 roept de Chinese regering de grootste bedrijven van het land op om de internationale markt op te gaan. Daarmee hoopt China haar aandeel in de wereldeconomie te versterken. Eerder dit jaar herhaalde premier Wen Jiabao deze *zou chuqu*-boodschap (ga naar buiten!) nog eens. Chinese bedrijven vinden vooral Europa interessant als locatie voor een vestiging, samenwerking met een lokaal bedrijf, fusie of overname. Natuurlijk speelt de grote

**Duitsland, Groot-Brittannië en Frankrijk zijn de meest geliefde investeringslanden bij Chinezen**

en ontwikkelde Europese consumentenmarkt hierbij een rol. Daar komt bij dat een Chinees bedrijf importquota van de EU kan omzeilen door zich in een Europese lidstaat te vestigen. Toegang tot hoogwaardige kennis, expertise en sterke merken is ook een belangrijk motief. De financiële crisis maakt het extra interessant: nu sommige Europese ondernemingen het water aan de lippen staat, zijn ze bereid delen van hun business relatief goedkoop aan de Chinezen te verkopen.

Bij Chinese investeerders zijn Duitsland, Groot-Brittannië en Frankrijk de meest geliefde vestigingslanden. Qua aantallen investeringsprojecten staat Duitsland bovenaan: tussen 2000 en 2011 telde het land 146 Chinese overnames, acquisities en bedrijfsvestigingen. In Engeland waren dat er 95 en in Frankrijk 70. Dat Duitsland bij Chinese bedrijven zo in trek is, ligt niet alleen aan 'harde' vestigingsfactoren, zoals de centrale ligging, het opleidingsniveau en de grootte van de afzetmarkt. Zeker voor Chinezen zijn ook 'zachte' factoren van belang; denk aan de al aanwezige netwerken, historische banden (de DDR) en het imago van het land. Duitsland profiteert van het ijzersterke label *Made in Germany*, dat kwaliteit, degelijkheid en betrouwbaarheid uitstraalt. Of zoals een *Volkscrant*-journalist het onlangs treffend



Een van de vele containerschepen van scheepvaartgigant China Shipping in de Eurogate Containerterminal van Hamburg.



China Shipping heeft in 2005 een nieuw Europees hoofdkantoor gebouwd in de Hafencity van Hamburg.



omschreef: voor Chinezen zijn Duitsers 'de meest serieus te nemen Europeanen'. Chinezen weten niet alleen dat Duitsers goed zijn in het maken van auto's en het brouwen van bier. Op school maken ze ook kennis met Duitse denkers, dichters en componisten. Niet voor niets is Trier, de geboorteplaats van Marx, opgenomen in menige Chinese Euro-patour. Duitsland moet echter oppassen dat haar positieve imago niet beschadigd wordt door negatieve verhalen van Chinezen die de stap naar Duitsland hebben gewaagd. Uit een recente studie blijkt dat veel Chinese ondernemers klagen over cultuurverschillen, taalproblemen en het gebrek aan snelheid en flexibiliteit bij de Duitse overheid. Steeds meer Chinezen associëren Duitsland nu niet meer alleen met Benz, Bier en Beethoven, maar ook met Bureaucratie.

### Imitatiegedrag

Binnen Duitsland is Hamburg het succesvolst in het aantrekken van Chinese investeringen. Frankfurt en Düsseldorf doen het ook goed, maar van oudsher staat de Hanzestad bovenaan. De grote haven van Hamburg is daarbij van cruciaal belang. Al in 1731 voer het eerste handelsschip uit China de Hamburgse haven binnen. Met de opening van een maandelijkscheepvaartlijn tussen Hamburg en Shang-

hai vanaf 1898 vestigden de eerste Chinezen zich in Hamburg. Matrozen die op de schepen meevoeren, openden keldercafés en wasserijen in de wijk St. Pauli, waardoor er een kleine Chinatown ontstond. Door een razzia van de nazi's in 1944 was daar echter na de oorlog weinig van over. In het begin van de jaren 50 kwamen er opnieuw Chinezen naar Ham-

burg, deze keer om restaurants te openen. Dankzij de langdurige en nauwe handelsrelaties met Shanghai volgde de Handelskammer Hamburg, vergelijkbaar met onze Kamer van Koophandel, in de jaren 70 al een actieve 'Chinastrategie'. Meteen na de introductie van de *Open Door Policy* door China in 1979 slaagde de stad er dan ook in Chinese investeringen aan te trekken. Daar plukt Hamburg nog steeds de vruchten van, omdat Chinese ondernemers geneigd zijn het voorbeeld van hun landgenoten te volgen. Door dit imitatiegedrag heeft Hamburg een *first mover*voordeel: omdat de stad al vroeg investeerders uit China wist te trekken, behoudt ze altijd een voorsprong ten opzichte van de rest.

Ook bij de Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung (HWF) is China al jaren een zwaartepunt in het beleid. De HWF, een onderdeel van de afdeling Economische Zaken van de gemeente Hamburg, is verantwoordelijk voor de internationale acquisitie van de stad. De HWF telt zo'n tien medewerkers, onder wie twee Chinezen. Die Chinese medewerkers zijn belangrijk, omdat zij de taal en cultuur van beide landen kennen en daarmee een brug kunnen slaan tussen China en Duitsland. Daarnaast heeft Hamburg een kantoor in Shanghai, het Hamburg Liaison Office, dat ter plaatse contacten legt en onderhoudt. Al vanaf de jaren 80 organiseert Hamburg handelsmissies naar China. De HWF gaat vier à vijf keer per jaar naar het Rijk van het Midden om de continuïteit van de relatie te waarborgen. Telkens gaat er een groep lokale bedrijven mee. Bij elke missie ligt de focus op een van de branches waar Hamburg goed in is, zoals

logistiek, lucht- en ruimtevaart, biotechnologie of duurzame energie. De Hamburgers komen in China niet alleen met mooie verhalen aan. Ze stellen ook een stimulerings-subsidie in het vooruitzicht. Chinese bedrijven die zich in Hamburg vestigen ontvangen de eerste zes maanden een tegemoetkoming in de huur van circa € 800 per maand. Deze

prikkel heeft al veel Chinese ondernemers over de streep getrokken om in Hamburg actief te worden.

### Vrije publiciteit

De Hamburgse acquireurs realiseren zich dat een Chinese ondernemer ook een privé-persoon is die bovendien gevoelig is voor signalen uit z'n omgeving. Met andere woorden: het gaat niet alleen om het imago van Hamburg als investeringslocatie, maar ook om de bekendheid en het totaalbeeld van de stad. Daarom werken de Handelskammer en de gemeente Hamburg nauw samen met de lokale toeristische sector. Als Chinese toeristen enthousiast zijn over hun bezoek aan Hamburg, zo is het idee, vertellen ze dat bij thuiskomst aan anderen in hun netwerk. Dat draagt bij aan het imago, waardoor meer Chinezen zullen besluiten om naar de stad te komen. Op dit moment is Hamburg bij de gemiddelde Chinees nog niet *top of mind*; Londen en Parijs zijn veel bekender. Hamburg heeft niet de illusie dat ze met deze wereldsteden kan concurreren, maar probeert dat wel in de categorie steden net daaronder. De

## Chinese jongeren die in Hamburg studeren, dragen bij aan vrije publiciteit voor de stad

marketeers doen daarom moeite een positief beeld van Hamburg te creëren, zowel op economisch als op toeristisch gebied. Zo is er speciaal voor de EXPO 2010 in Shanghai een energieneutraal Hamburg House ontworpen. Ook organiseert Hamburg om de twee jaar de *Hamburg Summit 'China Meets Europe'*, een conferentie waar Duitse en Chinese ondernemers elkaar ontmoeten. Het nevendoeel is Chinezen naar Hamburg te trekken en ze de stad enkele dagen te laten ervaren.

Maar wat laat je Chinese bezoekers in Hamburg zien? Mang Cheng, directeur van het Chinees-Duitse reisbureau Caissa, geeft

aan dat de havenstad vanuit Chinees oogpunt niet overloopt van toeristische bezienswaardigheden. Daarom maakt hij met Chinese toeristen en delegaties altijd een rondvaart met een stoomboot op de Alster, een binnenmeer in het centrum, en laat hij ze het vele stadsgroen zien. Vervolgens neemt hij ze mee naar Lübeck om marsepein te kopen. Daarna staat het Timmendorfer Strand aan de Oostzeekust op het programma. Voor Chinese begrippen is Lübeck, op zo'n 65 kilometer van Hamburg, een voorstad van Hamburg en Timmendorfer Strand een soort van Hamburg aan Zee.

Soms hoeven de stadspromotoren zelf helemaal niets aan publiciteit te doen. Zo worden veel delegaties vergezeld door Chinese journalisten die een film van de stad maken. Ook de honderden Chinese jongeren die in Hamburg studeren, dragen bij aan vrije publiciteit voor de stad in het thuisland. Als de studenten na hun opleiding terug zijn in China en voor hun werk internationale activiteiten moeten ontplooiën, zullen ze sneller voor Hamburg als locatie kiezen, omdat ze die stad nu eenmaal goed kennen. 'Mond-tot-mondreclame werkt het best, beter dan alle promotieactiviteiten van de HWF en Handelskammer bij elkaar, omdat die gebaseerd is op onderling vertrouwen', aldus een vertegenwoordiger van de Handelskammer Hamburg.

### Thuis in den vreemde

Hamburg mag dan de grootste Chinese gemeenschap van Duitsland hebben, de stad heeft geen herkenbare Chinatown, zoals New York, Londen en Rotterdam. De Chinese wijk in St. Pauli die de nazi's hebben verwoest, is na de oorlog nooit meer teruggekomen. Verwacht in Hamburg dan ook geen straten met enkel Chinese restaurants en winkels. De Hamburg-Chinezen wonen en werken verspreid door de stad. Toch zie je op enkele plekken dat Hamburg nauwe banden met China heeft. In het centrum bevindt zich de Yuanye Markt, een winkel met typisch Chinese producten, niet alleen levensmiddelen, maar ook decoraties, boeken en huishoudelijke apparatuur. Veel Chinezen die in Hamburg wonen, doen hier hun inkopen. Ook staat er in de stad sinds 2008 een kopie van een traditioneel theehuis uit Shanghai, een cadeau van de Chinese havenmetropool ter ere van de meer dan twintig jaar oude stedenband met Hamburg. In de wijk Eppendorf vinden



FOTO: HAMBURG CHAMBER OF COMMERCE

Hamburg tikkert aan de weg met de grootste Sino-Europese handelsconferentie, de Hamburg Summit 'China Meets Europe'.



FOTO: RALF HEID

we een Chinees *Seemannsheim* dat als onderkomen dient voor Chinese zeelieden die op Duitse schepen werken. Op de immense begraafplaats in de wijk Ohlsdorf, in het noordoosten van de stad, is een speciaal hoekje met Chinese graven. Elk voorjaar verzamelen Hamburgse Chinezen zich hier tijdens Qingming, de traditionele Chinese dodenherdenking. Ze gedenken er hun voorouders en versieren hun graven met bloemen, rijstschaaftjes en andere geschenken.

Chineze investeerders die Hamburg als vestigingsplaats overwegen, missen het voordeel van een Chinatown, die zou kunnen dienen als een thuis in den vreemde. De instanties in de stad doen er echter alles aan om de ondernemers en hun familie te ondersteunen. Zogenaemde *China-Akteure*, organisaties en verenigingen die een link met China hebben, bieden een helpende hand. Chinese investeerders blijken vaak extra begeleiding nodig te hebben, omdat ze nog aan het begin staan van het internationalisatieproces. Zo geeft het Hamburg Welcome Center nieuwkomers informatie over huisvesting, werk- en verblijfsvergunningen, scholen en dergelijke. Alle informatie wordt in het Chinees aangeboden. Daarnaast krijgen Chinese ondernemers bij aankomst in Hamburg informatie over allerlei andere China-Akteure, zoals Chinese verenigingen en dienstverleners die in China zijn gespecialiseerd (banken, vertalers, juristen en accountants). Verder organiseren de Handelskammer en de gemeente regelmatig bijeenkomsten waarop Chinese ondernemers hun landgenoten vertellen hoe ze zijn omgegaan met de problemen waar ze tegenaan liepen toen ze zich in Hamburg vestigden. Ten slotte wordt er vier keer per jaar een *China-Info-Forum* georganiseerd. Deze bijeenkomst is bedoeld voor nieuwe en gevestigde Chinese ondernemers en behandelt allerlei thema's die te maken hebben met de econo-



FOTO: GERIT JAN HOSPEERS

Op de begraafplaats in de wijk Ohlsdorf is een speciaal hoekje met Chinese graven.

mische ontwikkeling van de stad. Deze specifieke op de Chinese behoeften toegespitste institutionele infrastructuur is een belangrijke succesfactor in de Chinastrategie van Hamburg. In een recent onderzoek noemt de Rhodium Group de Hamburgse aanpak zelfs een rolmodel voor andere steden.

De positie van de Duitse havenstad in China is onaantastbaar, zou je denken. Toch rekent Hamburg zich niet rijk. Een van de risico's is dat Chinese ondernemers door de

## De instanties in Hamburg doen er alles aan om Chinese investeerders én hun familie te ondersteunen

langdurige stedenband tussen Hamburg en Shanghai denken dat beide steden alleen met elkaar zaken doen. Om alle schijn van exclusiviteit weg te nemen, heeft Hamburg in 2004 een samenwerkingsovereenkomst met de haven van Shenzhen gesloten. Zorgelijker voor de toekomst van Hamburg als locatie voor Chinese investeringen is de toenemende concurrentie van Frankfurt en Düsseldorf. Bankenstad Frankfurt telt inmiddels al bijna driehonderd Chinese ondernemingen. Ook het chique Düsseldorf is dankzij marketing in Chinese kranten aan een inhaalslag bezig. De troef van beide steden is de nabijheid van een grote internationale luchthaven. Als Chinezen naar Duitsland komen, landen ze vaak in Frankfurt of Düsseldorf en verblijven daar een tijdje. Om naar Hamburg te komen, is meer moeite nodig. Maar als Europa inderdaad aan het begin staat van een Chinese investeringsgolf, hoeft Hamburg niet veel te vrezen. Dan kan de stad voortbouwen op haar succes, al was het maar vanwege haar Chinese naam *Hanbao*: 'vesting van Chinezen'.

### Bronnen

- Garschagen, O. 2012. Made in China wordt Bought by China. *NRC Handelsblad*, 28 juli 2012.
- Heimbach, A. 2012. Klein Peking an der Reeperbahn. *Spiegel Online*, 30 juli 2012.
- Mulder, V. 2012. *Chinese investeringen in Duitsland en Nederland*. Masterscriptie. Radboud Universiteit, Nijmegen.
- Revilla Diez, J. 2012. Ausländische Direktinvestitionen aus Asien in Europa. *Geografische Rundschau*, 3: 26-35.
- Rhodium Group 2012. *China Invests in Europe: Patterns, Impacts and Policy Implications*. Rhodium Group, New York.
- Tricario, T. 2011. Deutsche Bürokratie schockiert chinesische Investoren. *Spiegel Online*, 11 februari 2011