

Chinesen im Netz- Herausforderungen für deutsche Mittelständler

Henry Goettler
Unternehmensberater

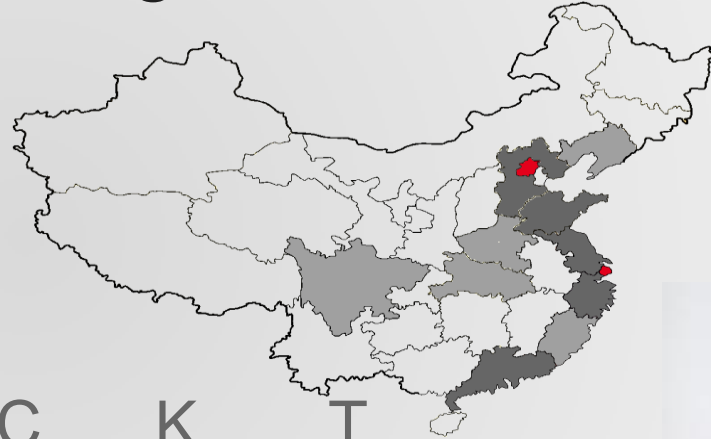
Kurze Vorstellung

- Vor 26 Jahren die erste Chinesisch-Lektion
- Seit 23 Jahren mit einer Chinesin verheiratet
- Seit 20 Jahren in der IT tätig (10 HP, 10 Intershop)
- Heute freiberuflicher Unternehmensberater

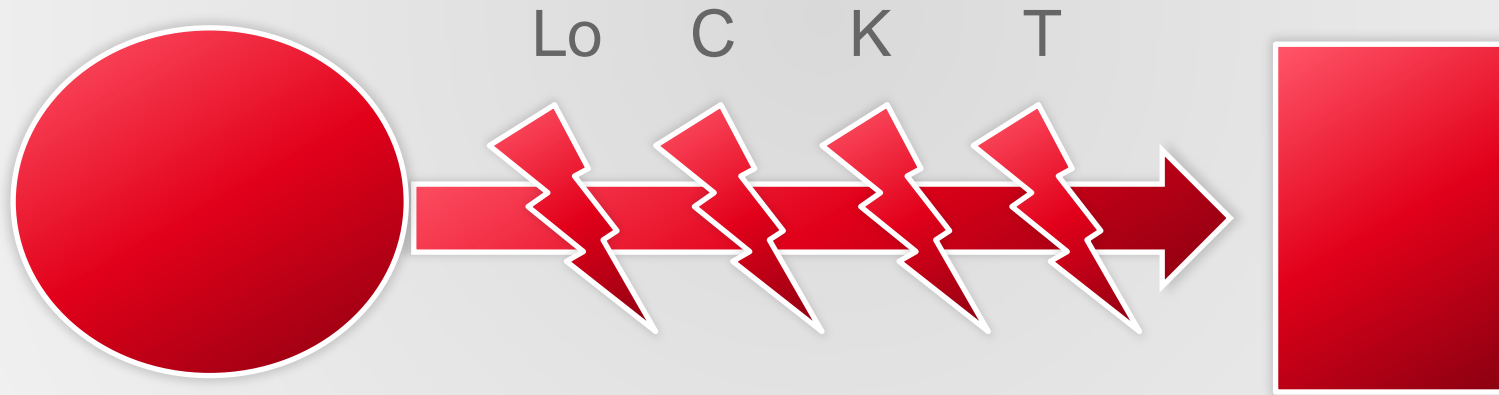
Danke

- Smart Commerce
- Intershop, insbesondere Marcel Schulz
- ShangLei, PengFeng,...

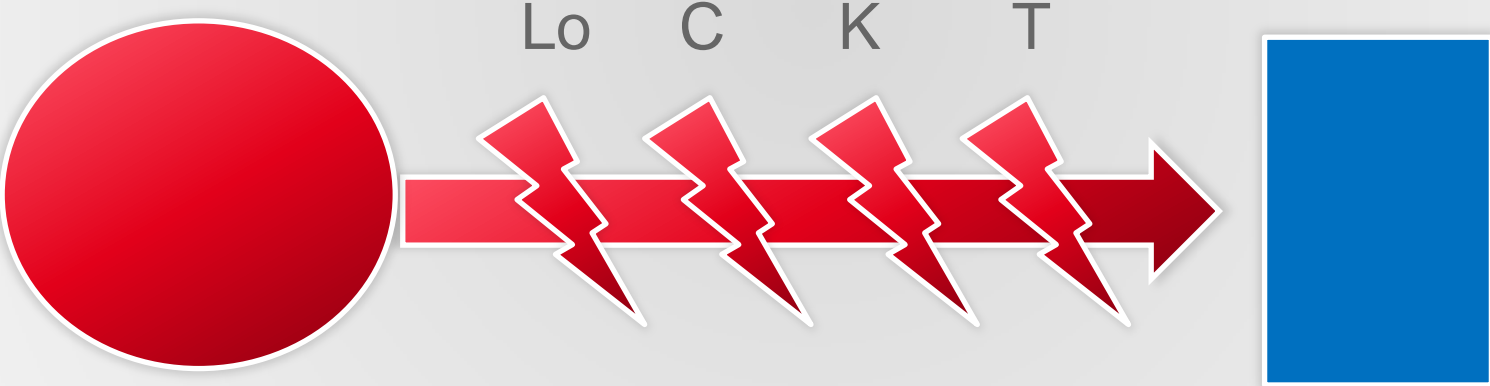
Deutsche Hersteller, chinesische Konsumenten und der lange Marsch dorthin



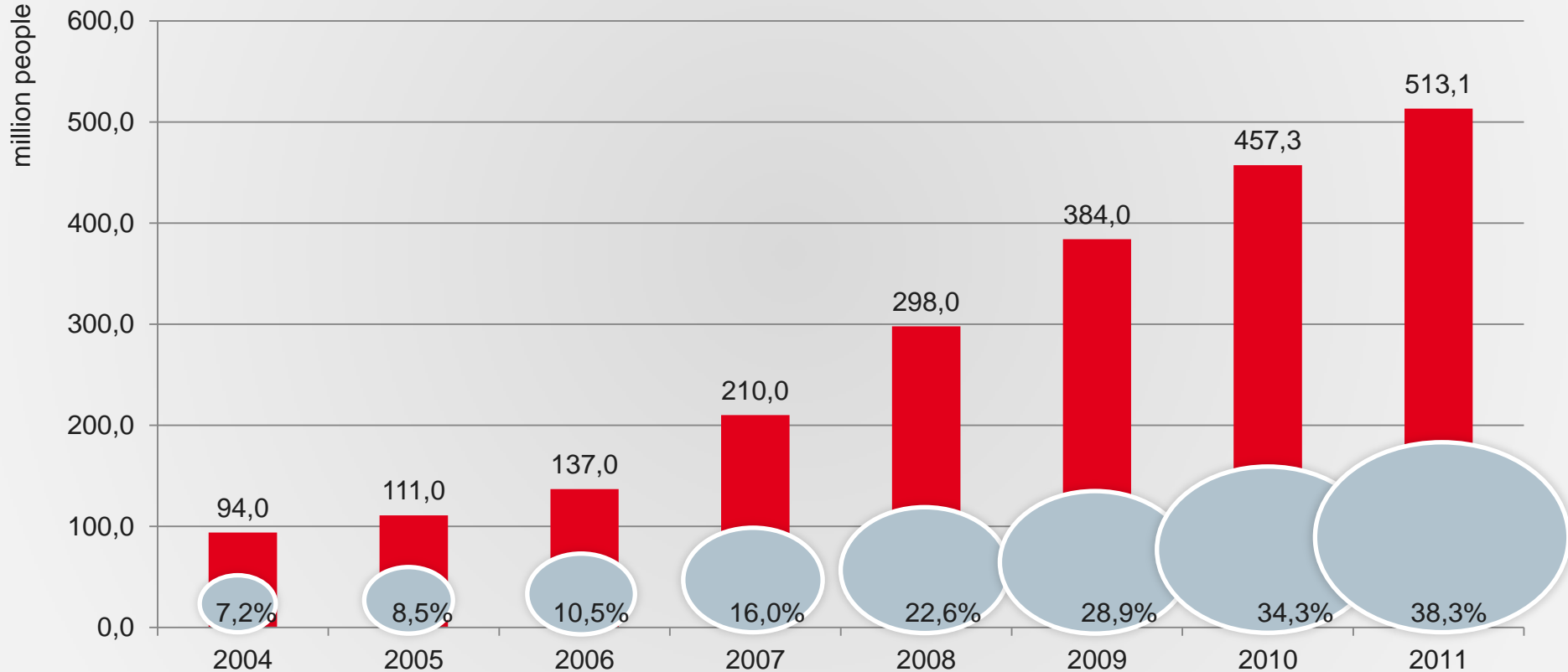
Deutsche Hersteller, chinesische Konsumenten und der lange Marsch dorthin



Der chinesische Online Markt

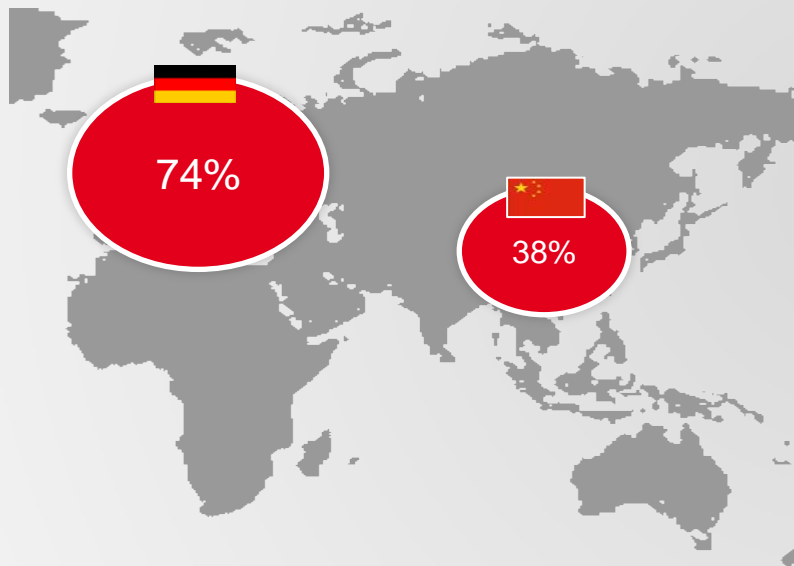


Jeder dritte Chinese ist heute im Netz unterwegs

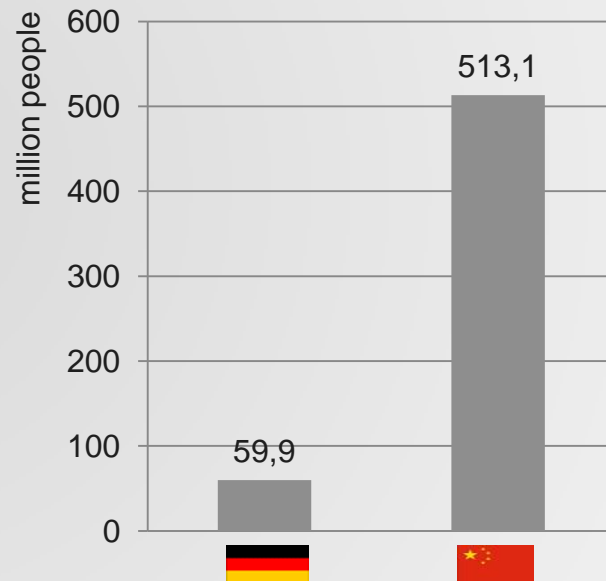


Hohes Wachstumspotential

Durchdringungsrate im Vergleich



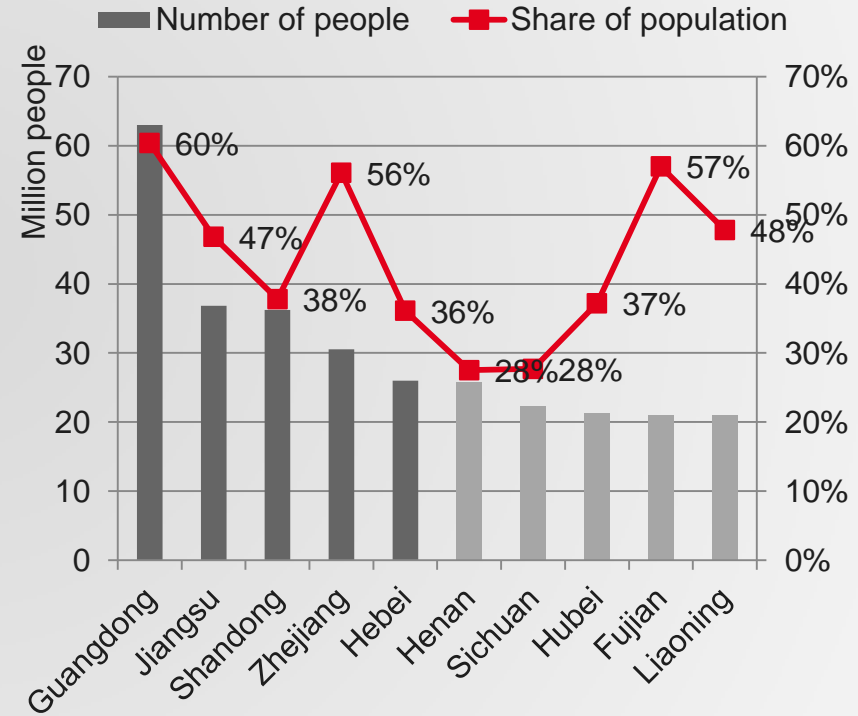
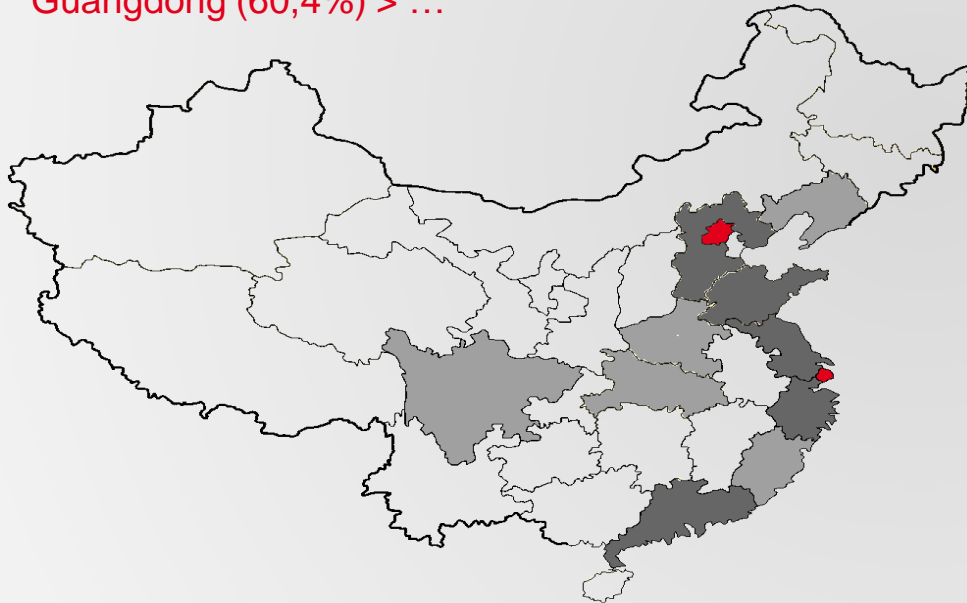
Anzahl der Internet-User im Vergleich



Verteilung der Internet-User in China, (max in广东)

Durchdringungsrate

Beijing (70,3%) > Shanghai (66,29%) >
Guangdong (60,4%) > ...



Breitband-Anschlüsse



27.16 Mio. broadband connections

5% of the world's broadband connections

53% of all Germans use broadband

88% DSL

宽带上网



135.24 Mio. broadband connections

25% of the world's broadband connections (**#1**!)

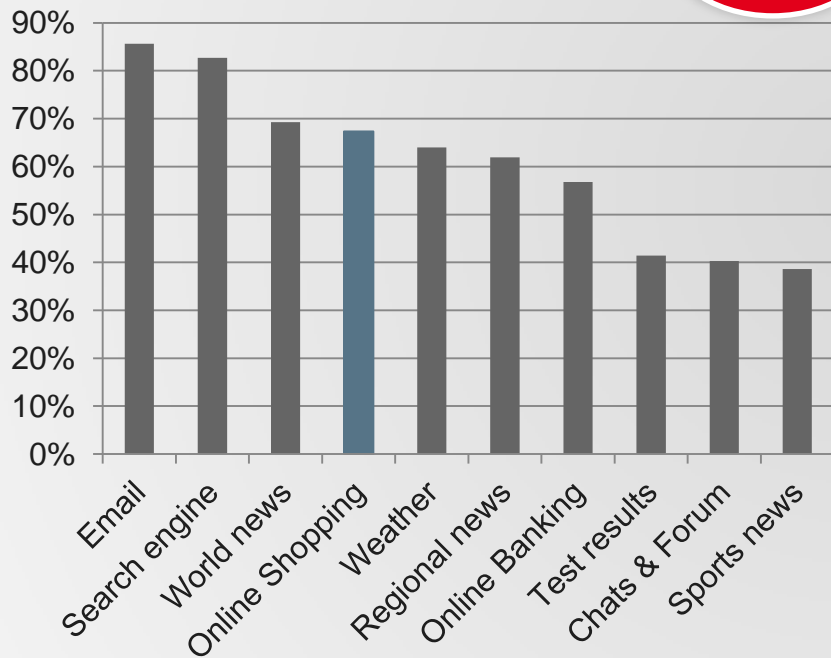
30% of all Chinese use broadband

79% FTTx

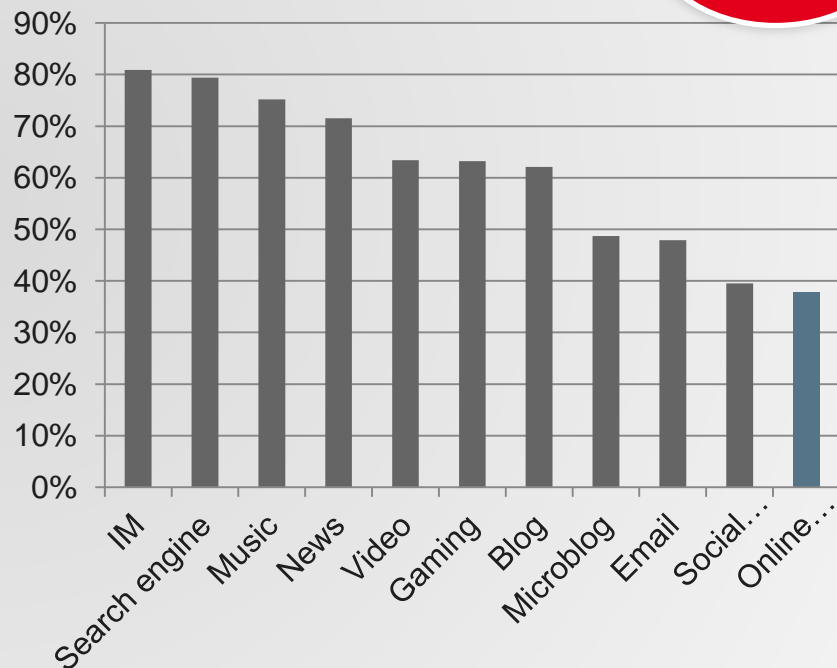
Aktivitäten im Internet



16.3h
Pro
Woche



18.7h
Pro
Woche



Verkaufen im Netz -wieviele Online Shopper?

Germany
59.9 Mio. Onliner

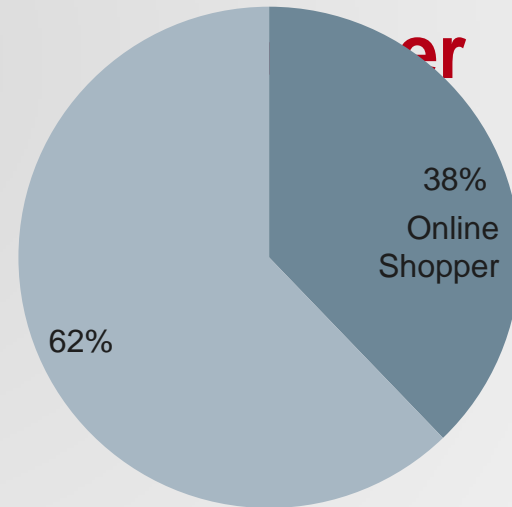
40 Mio. Online Shopper



Source: AGOF internet facts 2012-01

China
513.1 Mio. Onliner

194 Mio. Online Shopper



Source: CNNIC 中国互联网络发展状况统计报告 2012年1月

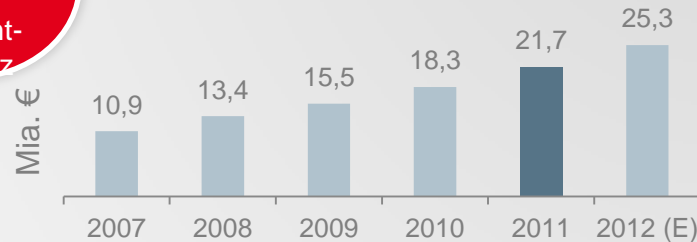
eCommerce Umsätze



21.7 Mia € online B2C Umsatz in
2011

+19% YoY

5%
Vom
Gesamt-
umsatz



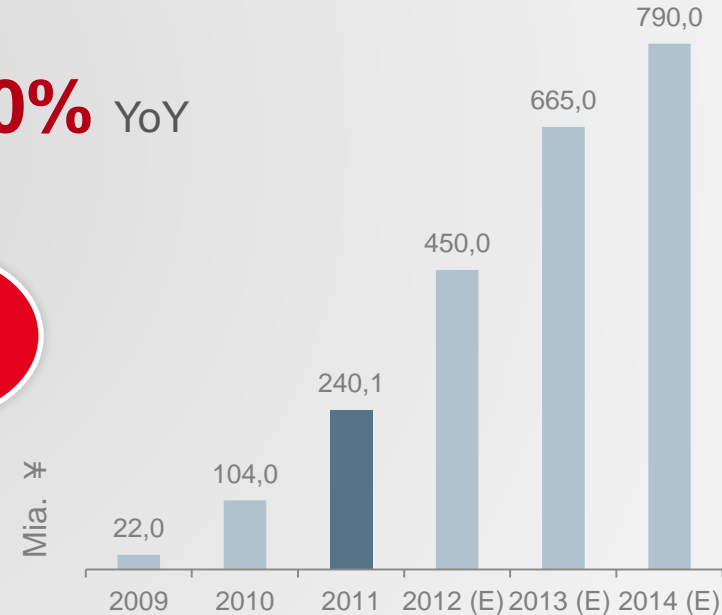
Source: AGOF internet facts 2012-01. byh / TNS-Studie 2011



29.3 Mia. € online B2C 2011

+130% YoY

5%
Gesamt-
umsatz



Source: CNNIC 中国互联网络发展状况统计报告 2012年1月, www.analysys.com.cn, BCG
Chinas Digital Generation 3.0

Pro Kopf eCommerce Umsätze



21.7 Mia € Online B2C Umsatz 2011

40 Mio. Online Shopper

542.50 € pro person each year



29.3 Mia € Online B2C Umsatz 2011

194 Mio. Online Shopper

151.03 € pro person each year

Preisvergleich Peking <>New York

Produkte / Service	Preis in Peking	Preis in NewYork (CNY/USD)
Levi's Jeans	¥699-1099	¥256-576 / \$40-90
Nike Turnschuhe	¥300-2250	¥288-832 / \$45-130
Reisetaschen	¥2000-6000	¥640-1920 / \$100-300
Apple Laptops	¥7698	¥6394 / \$999
Abbott Milchpulver	¥261	¥231 / \$25.99
Bus Tickets	¥1-4	¥14 / \$2.25
Automiete pro Tag	¥100-400	¥512 / \$80
Standard Menu KFC	¥15-30	¥38-51 / \$6-8
Apartment Miete pro Monat	¥3000-6000	¥6400-16000 / \$1000-2500
Schweinefleisch (kg)	¥20-40	¥26-45 / \$4-7
Rindfleisch(kg)	¥25-45	¥20-50 / \$3-7.75
Huhn (kg)	¥7-18	¥11-19 / \$ 1.75-3
AVG. Einkommen p.M.	¥8716 (2010)	¥27933 / \$4365

Steigende Kaufkraft

Insgesamt sehen die Auguren das Durchschnittseinkommen wachsen, dabei gibt es aber gravierende geografische Unterschiede.

Durchschnittsgehalt Shanghai:

83.000 RMB in 2011; 16%+ Wachstum p.a.

Beispiel Studenten:

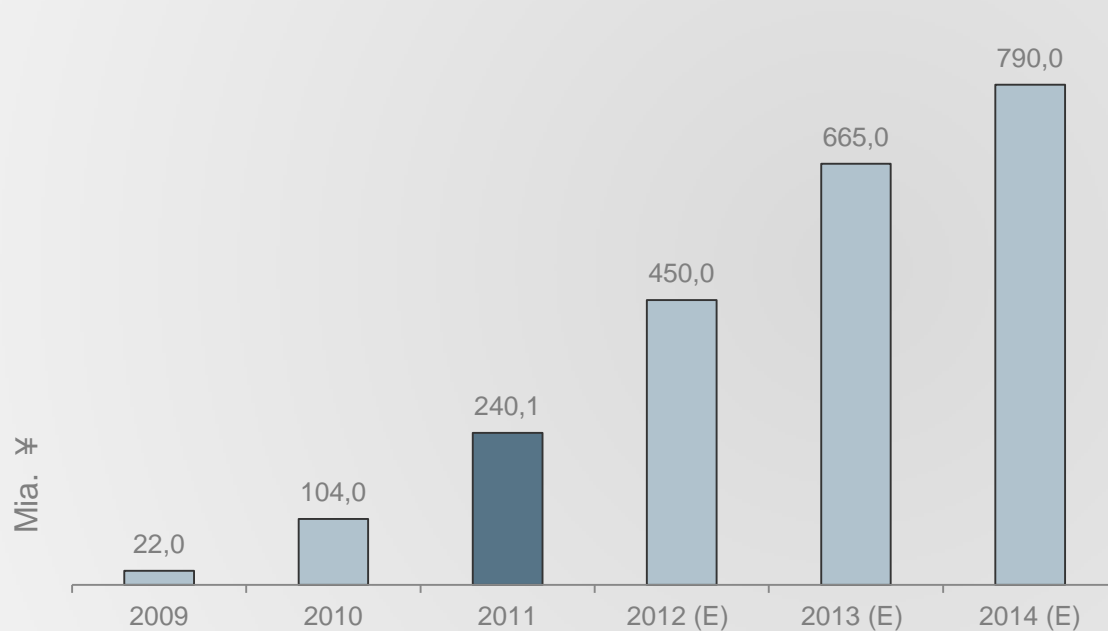
25 Mio Studenten gibt es heute in China

6 Mio Studienanfänger

Annahme: 2/3 schaffen in den nächsten Jahren den Aufstieg in den Mittelstand

=> jährliches Wachstum um 4 Mio Menschen

Enormes Online-Wachstum voraus



3 starke Treiber

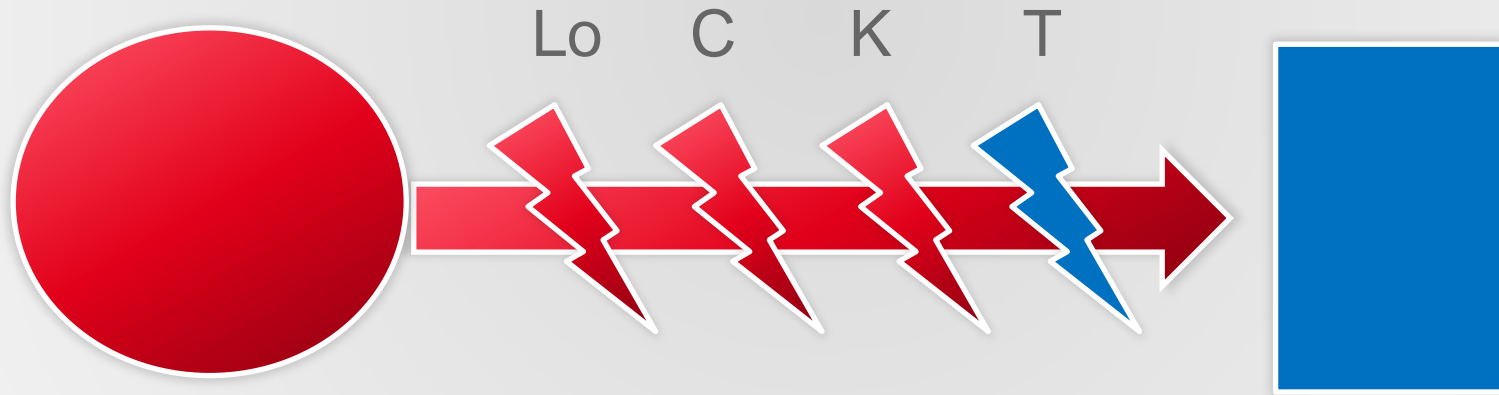
+ # Onliner

+ % Käufer/ Onliner

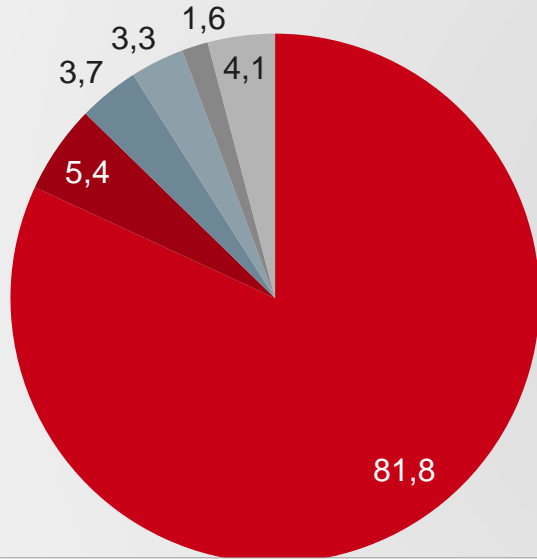
+ Verfüg. Einkommen

20 Mia € Zuwachs p.a.

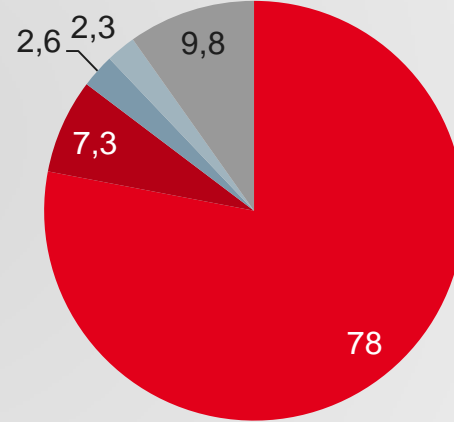
Herausforderung: Unterschiede in der Technologie



Suchmaschinen



- Google
- Bing.com
- T-Online
- Yahoo
- Web.de
- others



- Baidu 百度
- Soso 搜搜
- Google 谷歌
- Sogou 搜狗
- others



Soziale Netzwerke



22 Mio.



16 Mio.



200 Mio.



100 Mio.

Micro Blogs



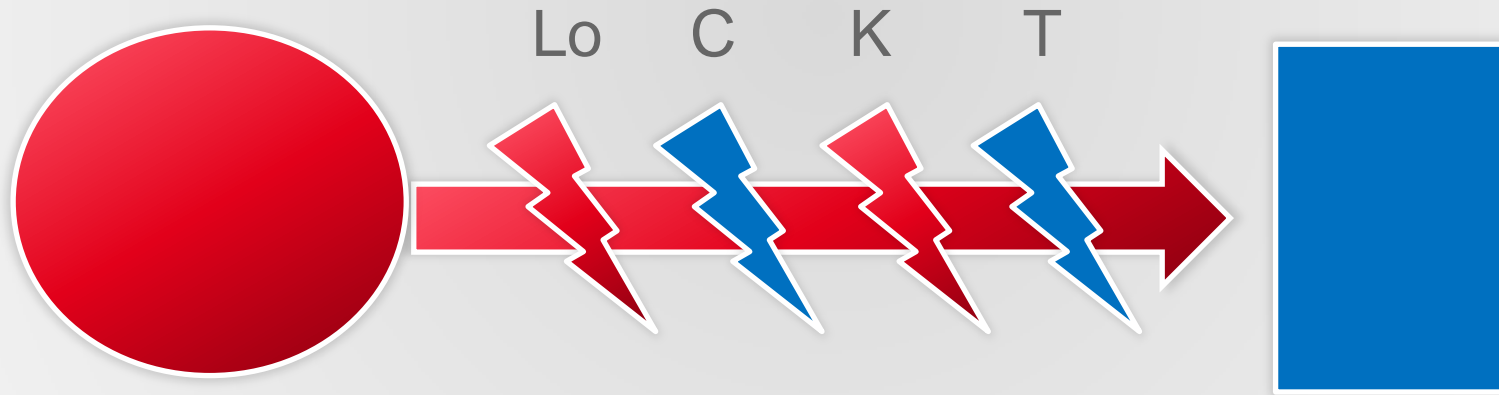
4 Mio.



300 Mio.



Herausforderung: die chinesische Sprache und Schrift



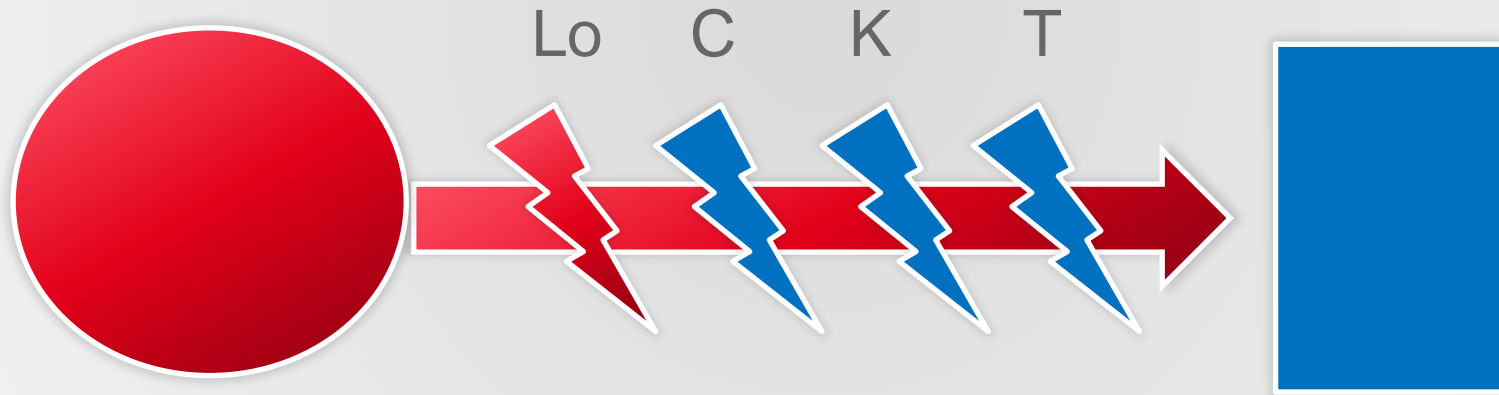
Herausforderung: die chinesische Sprache

- Gutes Sprachniveau: 3000+ chinesische Wörter notwendig
- Die Sprache ist uns fremd
- Chinesisch sprechen ist einfach
 - 420+ Silben
 - 5 Tonrichtungen
- Chinesische Grammatik ist fehlerunanfällig
- Chinesische Schrift ist aufwendig zu lernen

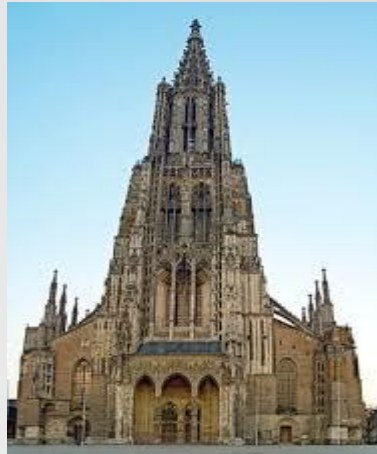
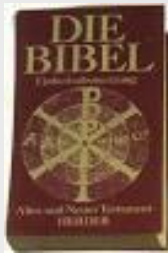
Verfügbarkeit

- Chinesische als Fremdsprache ist in D nicht weit verbreitet
 - 1800 Sinologiestudenten
 - 500 Studienanfänger mit hoher Ausfallquote
 - 10.000 Schüler/Studenten lernen Chinesisch
- Im Vergleich:
 - 10.000 Studenten fangen jährlich in Anglistik an
 - 800.000 Schüler büffeln Latein
- Chinesische Studenten in Deutschland
 - 26.000 Chinesen studieren 2011 in D

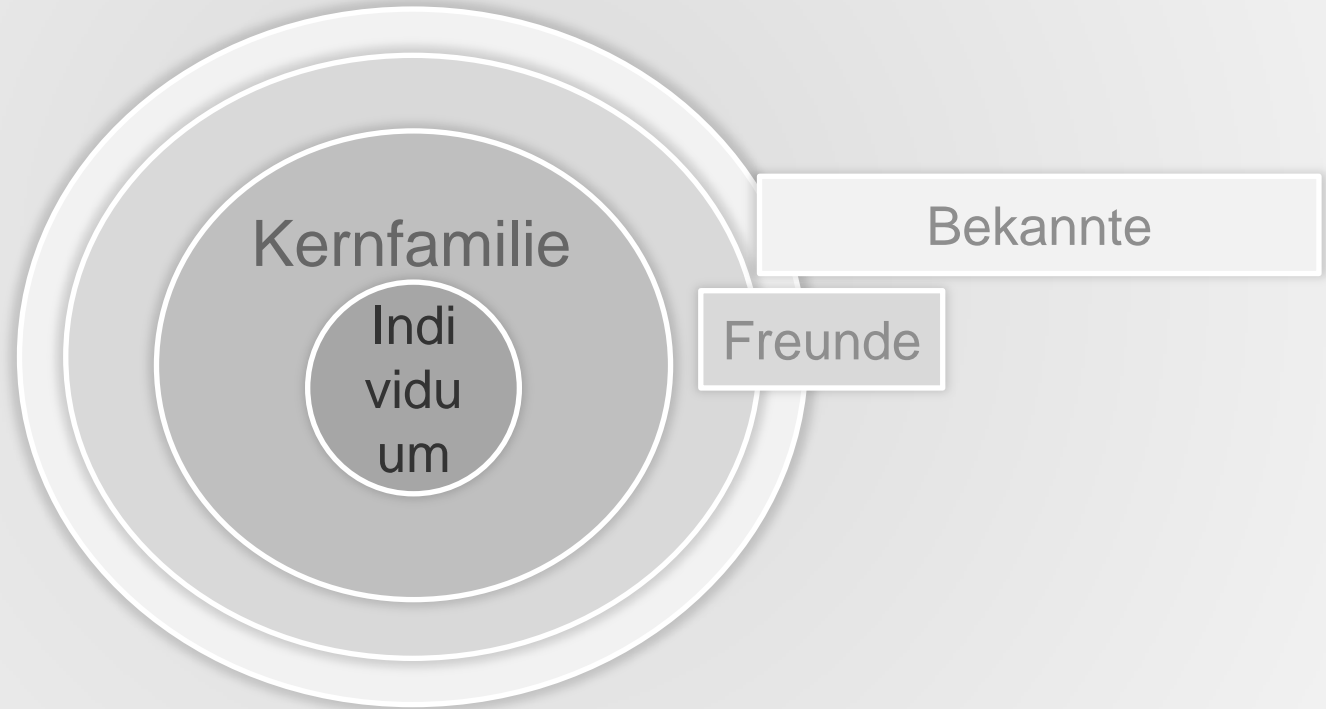
Herausforderung: Kulturelle Unterschiede



Herausforderung: Kulturelle Unterschiede



Konfuzius: Stufen der sozialen Verantwortung



Leseempfehlung: 大學 (DaXue; Great Learning)

[The Way](#) of the Great Learning involves manifesting [virtue](#), loving the people, and abiding by the highest good. (...)

The ancients who wished to illustrate illustrious virtue throughout the world, first ordered well their own States.
Wishing to order well their States, they first regulated their families.
Wishing to regulate their families, they first cultivated their persons.
Wishing to cultivate their persons, they first rectified their hearts.
Wishing to rectify their hearts, they first sought to be sincere in their thoughts.
Wishing to be sincere in their thoughts, they first extended to the utmost of their knowledge.
Such extension of knowledge lay in the investigation of things.

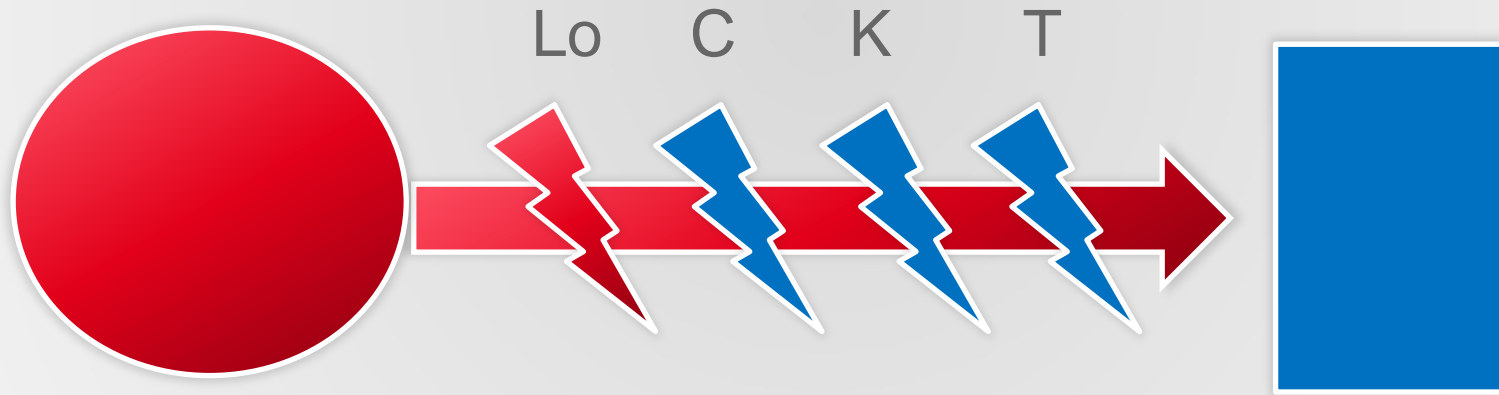
Things being investigated, knowledge became complete.
Their knowledge being complete, their thoughts were sincere.
Their thoughts being sincere, their hearts were then rectified.
Their hearts being rectified, their persons were cultivated.
Their persons being cultivated, their families were regulated.
Their families being regulated, their States were rightly governed.
Their States being rightly governed, the entire world was at peace.

大學之道在明明德，在親民，在止於至善 (...)

古之欲明明德於天下者，先治其國
欲治其國者，先齊其家
欲齊其家者，先修其身
欲修其身者，先正其心
欲正其心者，先誠其意
欲誠其意者，先致其知
致知在格物

物格而後知至
知至而後意誠
意誠而後心正
心正而後身修
身修而後家齊
家齊而後國治
國治而後天下平

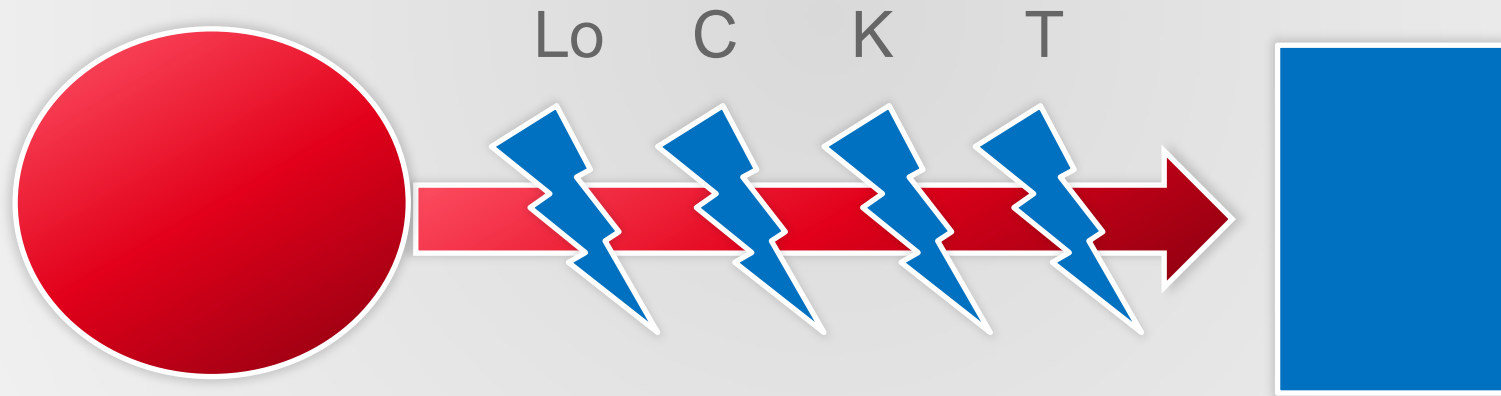
Herausforderung: Kulturelle Unterschiede und das Rechtsverständnis



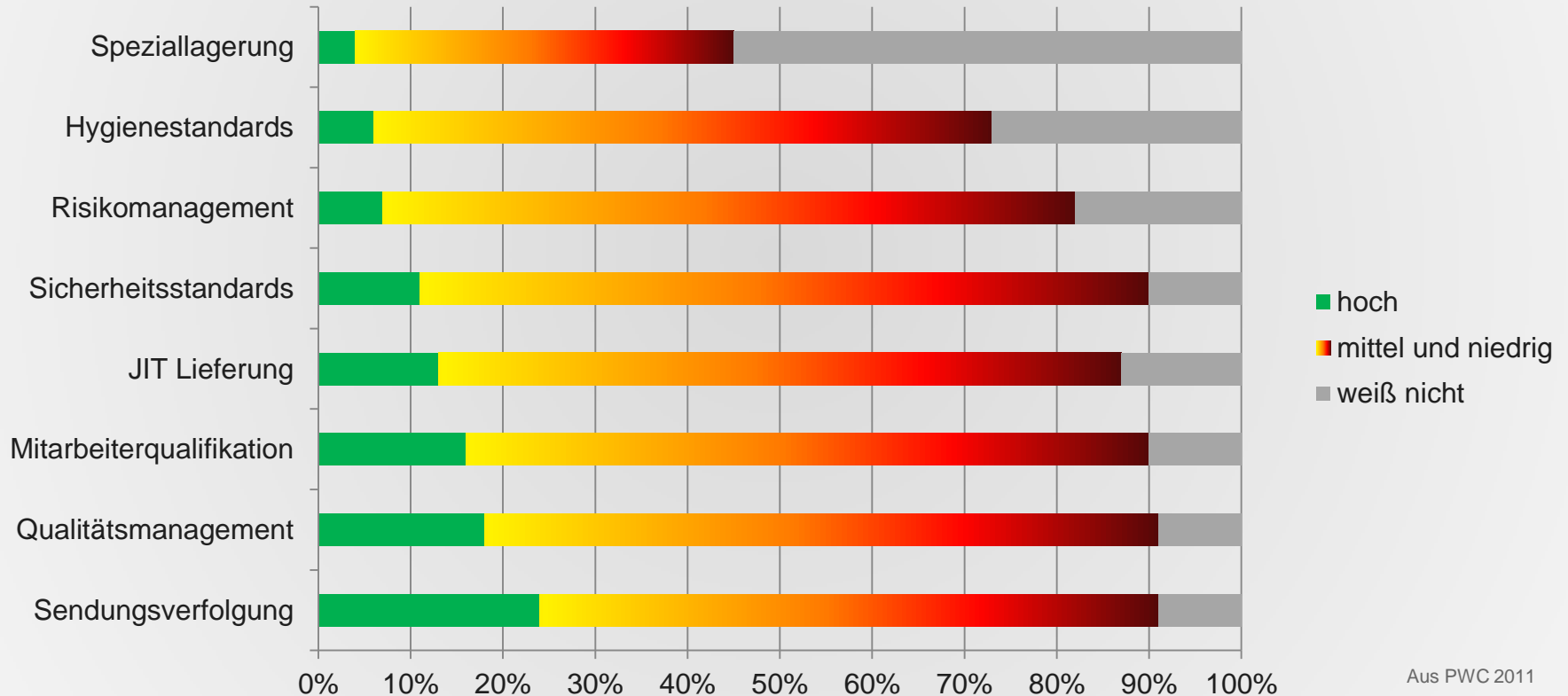
Herausforderung: Rechtssituation und Verständnis



Herausforderung: Logistische Defizite



Qualität des Angebots in der Logistik



Sicherheitsstandards nach Branchen in der Logistik

Handel & Konsumgüter

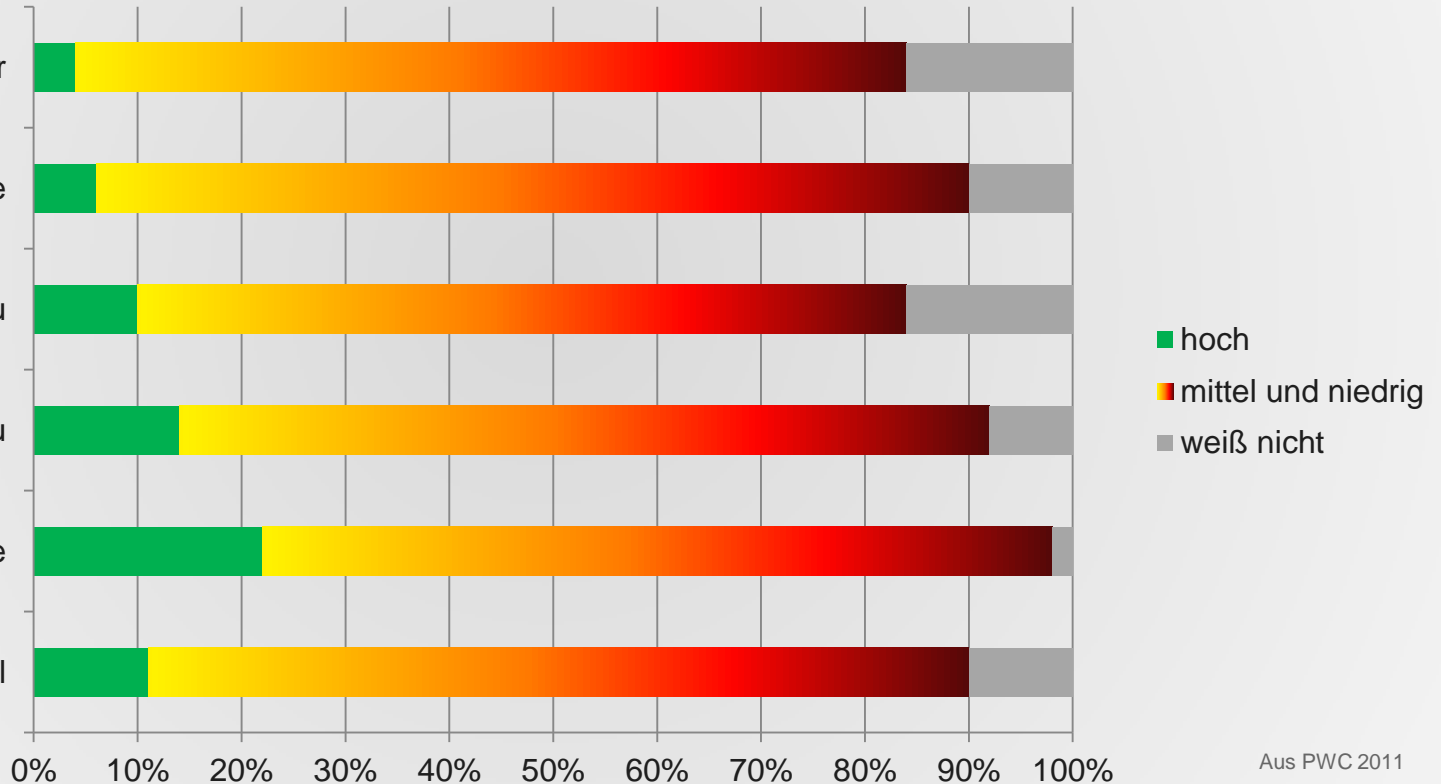
Automobilindustrie

Bau, Großanlagenbau

Maschinenbau

Chemie

Total



Online Shops mit eigener Logistik

- Large online shops in China have their own logistic-service.
 - 360Buy 京东商城 (Online B2C)
 - VANCL 凡客诚品 (Online B2C Bekleidung)
 - SuNing 苏宁电器 (Online & Offline B2C, Elektronik und Bücher)
 - GoMe 国美电器 (Online & Offline B2C, Elektronik)
- Als Gründe für die eigenen Logistik gaben die chinesischen Shopbetreiber an: besserer Service, Pünktlichkeit, Flexibilität, Sicherheit und Qualitätsmanagement)
- Eine eigene Lösung ist aber lokal limitiert und teuer

3PL Providers for ecommerce in China

Nationale Logistiker

- EMS



- ShunFeng



- Zhaijisong



- ShenTong



- YuanTong



Internationale Logistiker

- DHL



- FedEx



- UPS



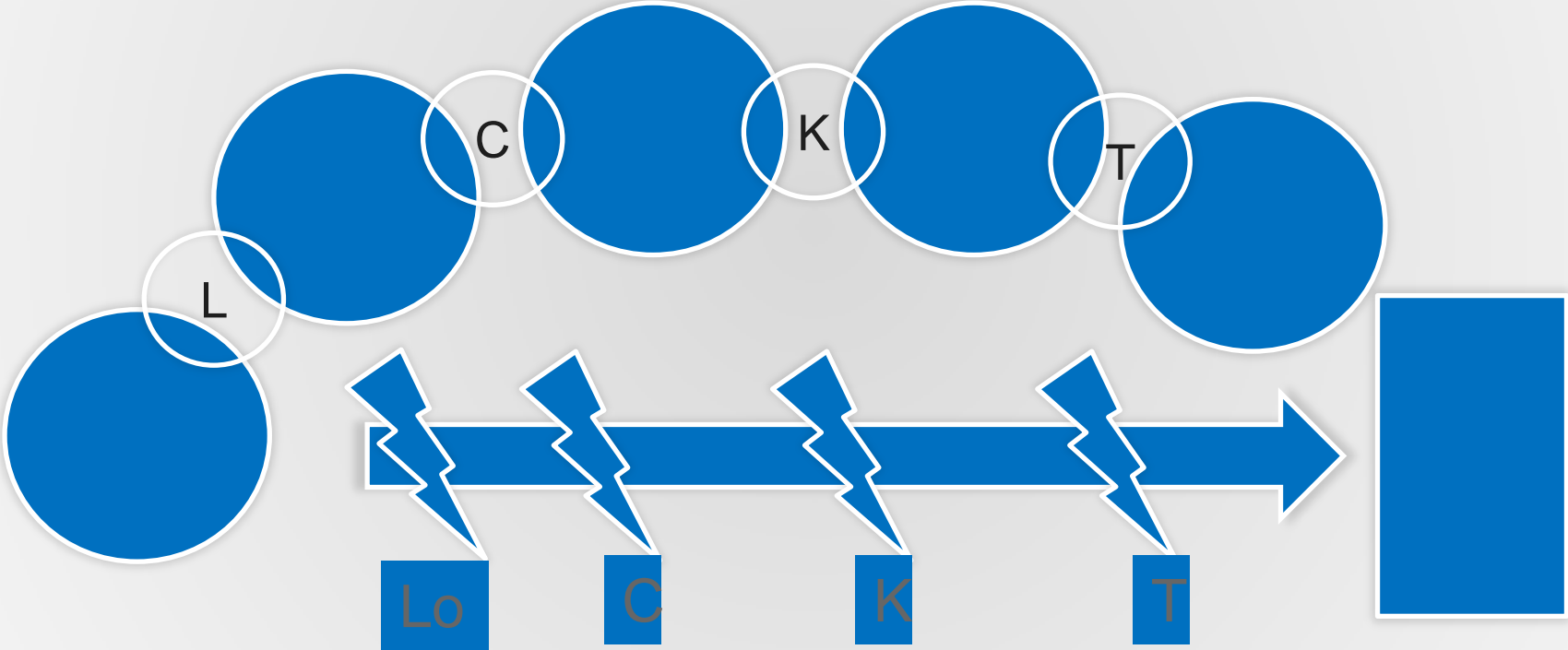
- TNT



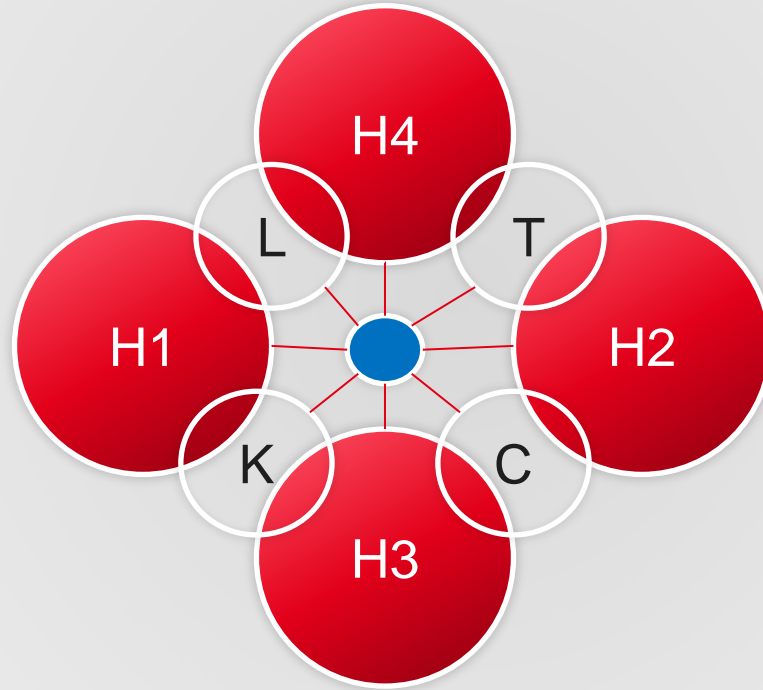
Logistic provider overview

Company	Company type	Speed	Range	Service	Price (2kg, PK → SH)
DHL	international				40 -150 ¥ ?
FedEX	international				35 ¥
UPS	international				38 ¥
TNT	international				*25 ¥ ?
EMS	Chinese national				38 ¥
ShunFeng	Chinese private direct management				30 ¥
ZJS	Chinese private direct management				25 ¥
YuanTong	Chinese private partner operation				18 ¥
ShenTong	Chinese private partner operation				16 ¥

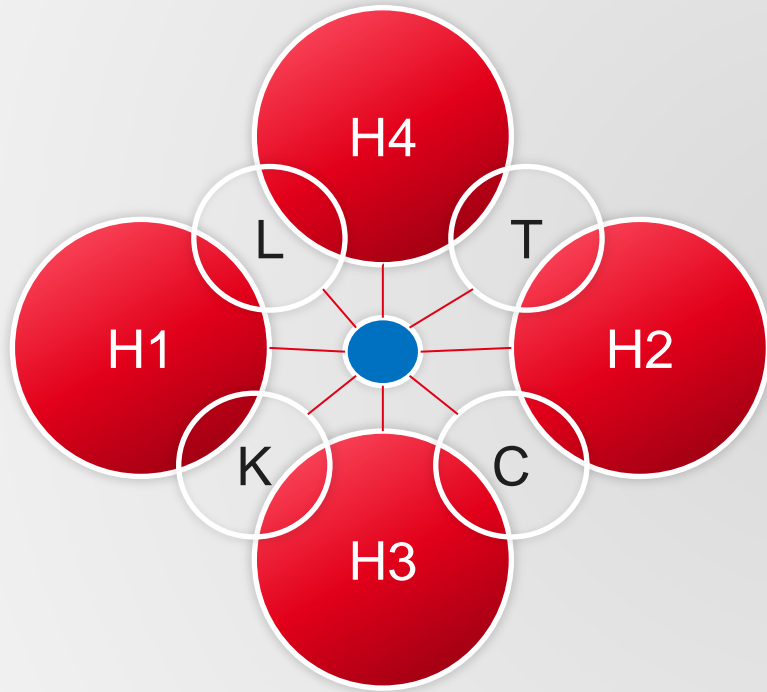
Im Netzwerk nach China



Netzwerk-Lösung

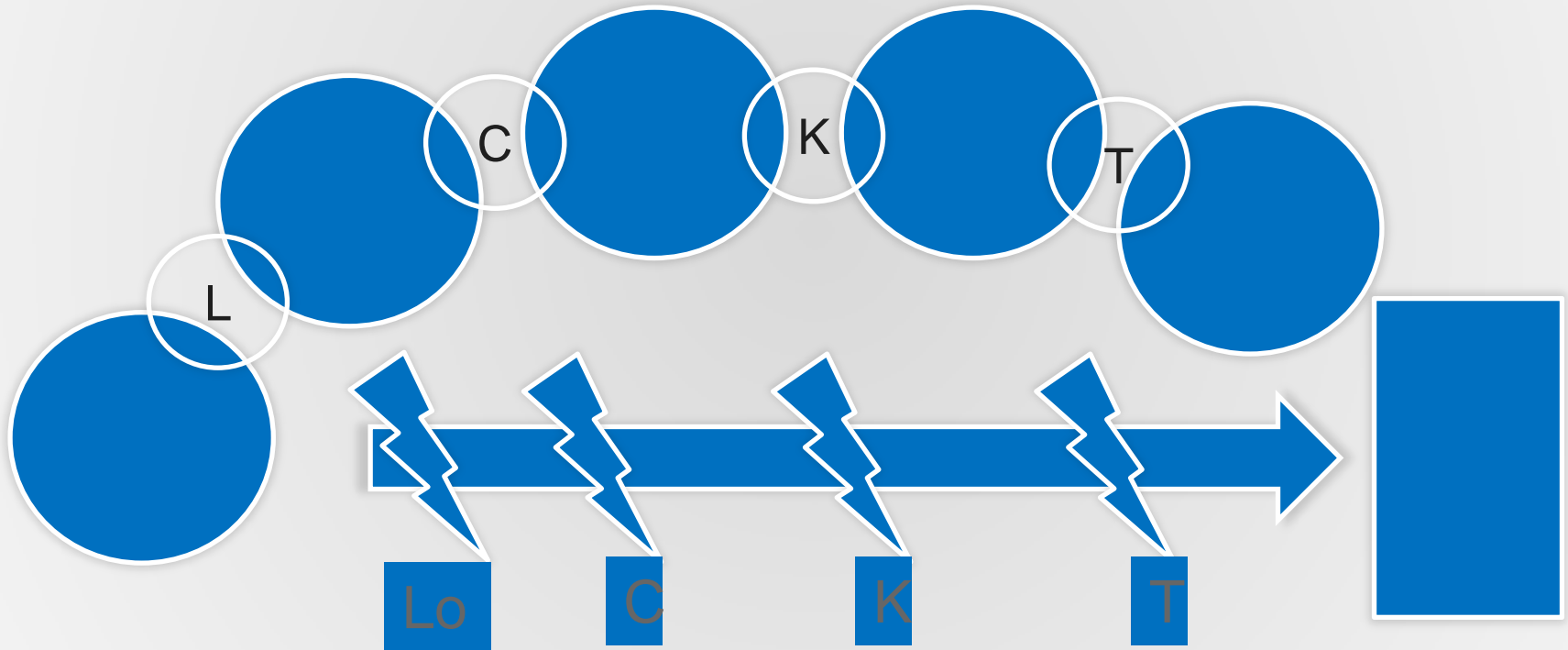


Netzwerk-Lösung



- Ein gemeinsames Ziel
- Feine Abstimmung der Kosten und Erträge
- Gemeinsame technologische Basis

Zusammenfassung und Ausblick



THE SCALE OF COMMERCE HAS GROWN

**Online population heute:
2,500,000,000**

**Online population morgen:
3,500,000,000**

1 Milliarde neuer Kunden



Die unterschiedlichsten Teilnehmer im Web 2.0 – internationale Shopping Advisor



NEW COMMERCE CHALLENGES



Neue Technologien



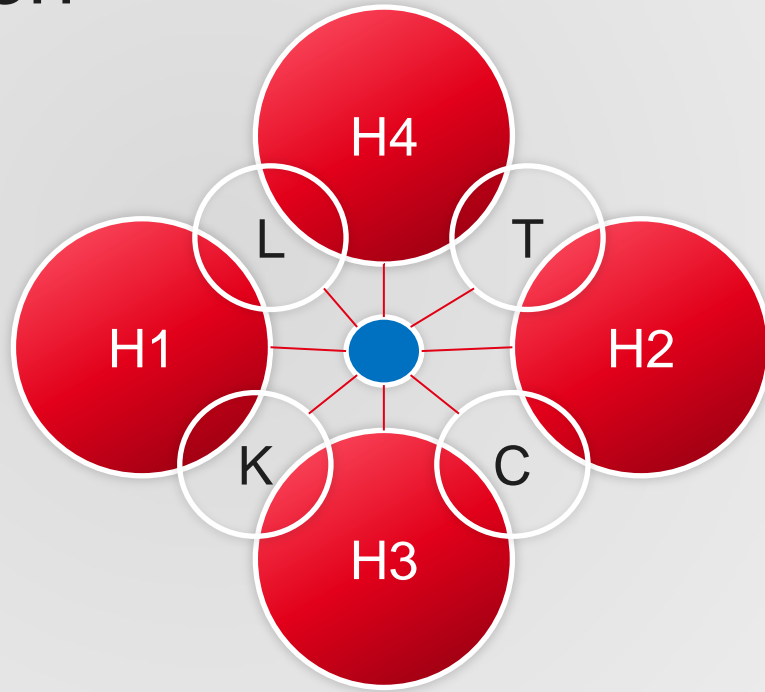
Soviel Zeit wie vor 500 Jahren haben wir nicht



A vibrant blue tunnel with light trails and a bright exit. The tunnel is filled with numerous bright, white light trails that create a sense of rapid movement and speed. The walls of the tunnel are lined with these trails, and a bright, glowing light source is visible at the far end, drawing the viewer's eye forward. The overall atmosphere is one of high-tech and dynamic energy.

Der Markt entwickelt sich rasend schnell

Mit einem smarten Netzwerk den Herausforderungen begegnen!



Wenn Sie mehr erfahren wollen...

henrygoettler@gmail.com

+49-(0)-172-798-5923

Henry Göttler

Weinbergstrasse 64

71083 Herrenberg

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!!