

# MADE IN CHINA

中国制造

Von „Made in“ zu „Created in“?

**Constanze Müller**

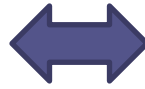
Absolventin AWS Chinesisch, Hochschule Bremen

Doktorandin Regionalwissenschaften China, Universität zu Köln

Projektmitarbeiterin, Hochschule Bremen

Bremen, 03. Juni 2008

# „MADE IN CHINA“ (BUT „CREATED OUTSIDE CHINA“...)



Made in China: Von "Made in" zu  
"Created in"?



# ANHOLT NATION BRANDS INDEX

Rang 2006	Rang 2007	Marke
1	1	USA
2	2	Japan
3	3	Deutschland
4	4	Großbritannien
5	5	Frankreich
6	6	Italien
7	7	Spanien
8	8	Kanada
<b>12</b>	<b>9</b>	<b>China</b>
10	10	Niederlande

Made in China: Von "Made in" zu  
"Created in"?

Quelle: Global Market Inside 2008



# EXPORTSTRUKTUR

(VERSCHIEDENE WARENGRUPPEN  
IN RELATION ZU CHINAS GESAMTEN WARENEXPORTEN)

- Kleidung 10 % ↓
- DV & Büromaschinen 14 % ↑
- Ausrüstung & Transport Equipment 50 % ↑
- High-Tech 29 % ↑



# ABER...

... Fälschungen, Plagiate, Raubkopien

... Produktmängel & -sicherheit

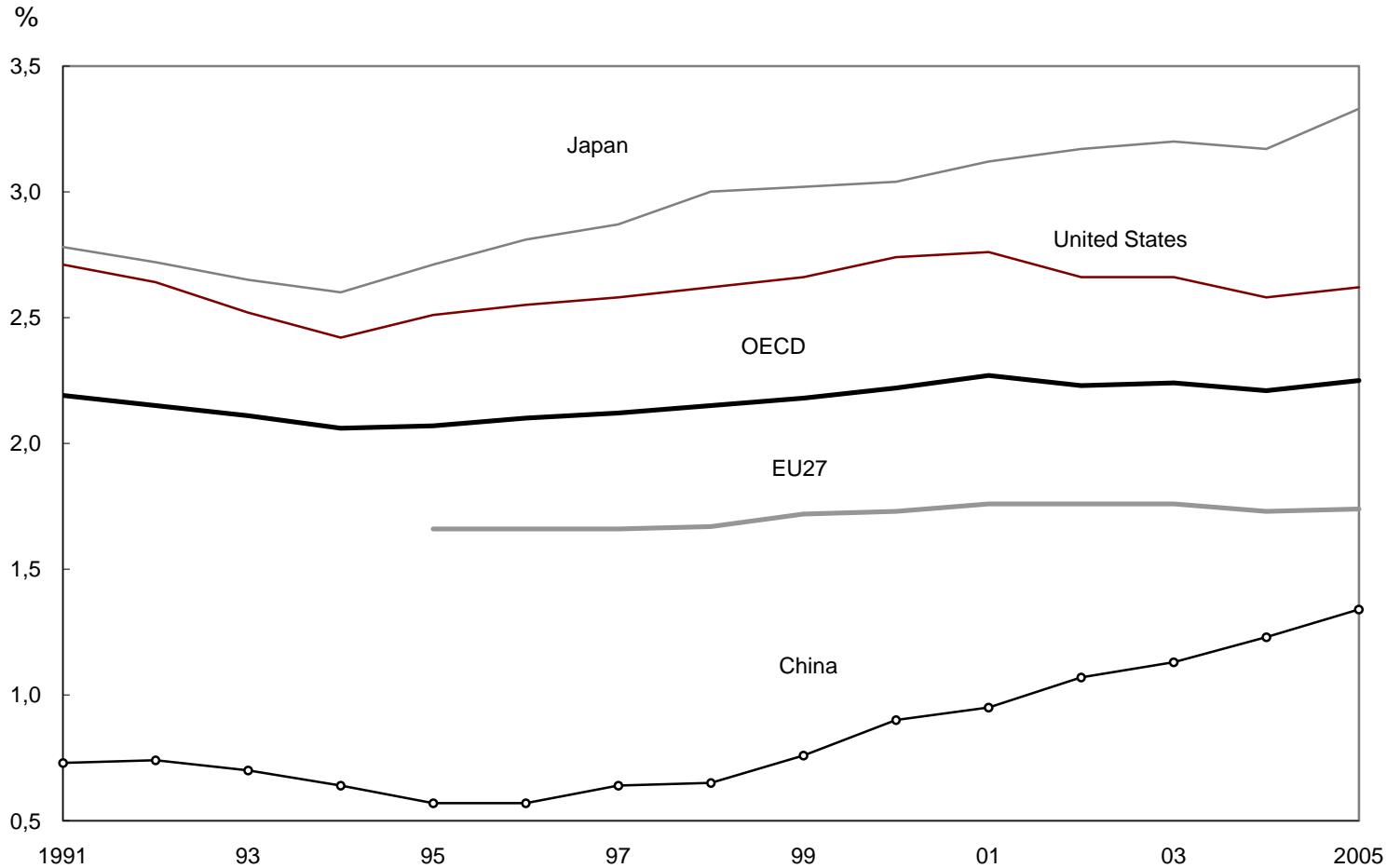
... Made in „China“?

- Ca. 50 % der chinesischen Exporte von ausländischen Unternehmen
- Weniger als 10% der Exportprodukte mit chinesischer Marke
- Über 50% der Exporte aus Verarbeitungsindustrie



# INNOVATIONSKAPAZITÄT:

## AUSGABEN FÜR F&E (RELATION ZUM BRUTTOINLANDSPRODUKT)



Made in China: Von "Made in" zu "Created in"?



# INNOVATIONSKAPAZITÄT: HUMANKAPITAL

Platz	Land	Wissenschaftler
1	USA	1.387.882
2	China	1.223.756
3	Japan	709.691
4	Deutschland	282.063

Made in China: Von "Made in" zu  
"Created in"?



# INNOVATIONSKAPAZITÄT: PATENTE (INTERNATIONAL)

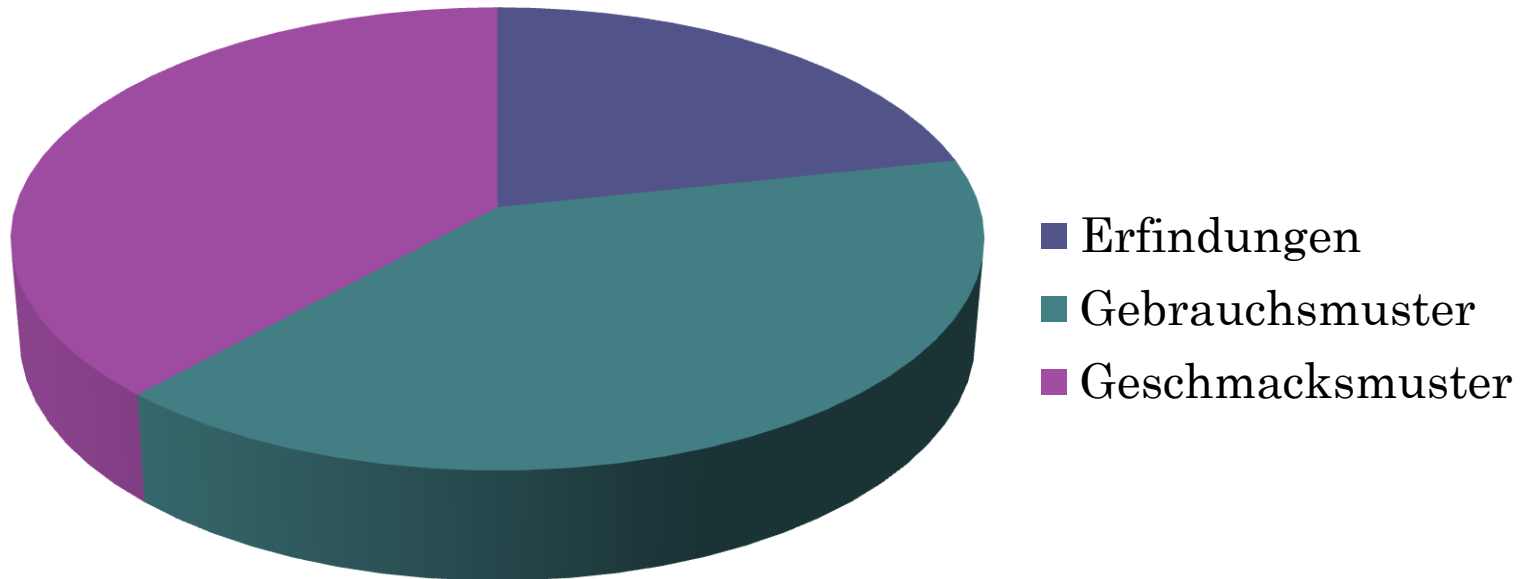
Platz	Land	Patente (International)
1	USA	52.280
2	Japan	27.731
3	Deutschland	18.134
4	Südkorea	7.061
5	Frankreich	6.370
6	Großbritannien	5.553
7	China	5.456

Made in China: Von "Made in"  
"Created in"?



# INNOVATIONSKAPAZITÄT: PATENTE (NATIONAL)

## Patentarten

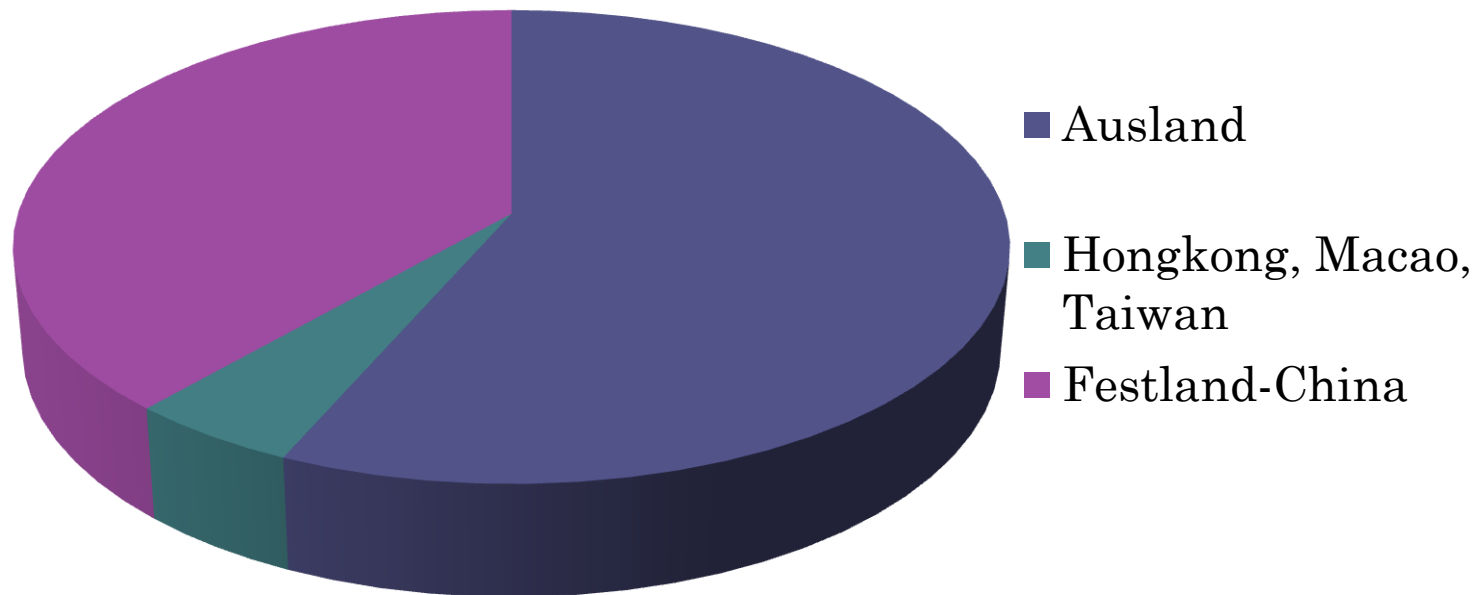


Made in China: Von "Made in" zu  
"Created in"?



# INNOVATIONSKAPAZITÄT: PATENTE (NATIONAL)

## Erfindungspatente nach Herkunft



Made in China: Von "Made in" zu  
"Created in"?



# MARKENPORTFOLIO

- Ca. 2,3 Mio. Marken in China
- Viele lokale Marken
- Regionale Bekanntheit
- „Markenkrieg“
- Nationale Marken populär



# MARKENPORTFOLIO: BELIEBTESTE MARKEN IN CHINA

Ranking	Marke
1	Samsung
2	Haier
3	China Mobile
4	Google
5	Crest
6	Meng Niu
7	Sony
8	Lenovo
9	Sina
10	CCTV 5

Made in China: Von "Made in" zu  
"Created in"?



# Image von „Made in China“ – **in China!**

Made in China: Von "Made in" zu  
"Created in"?



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

„China ist nur ein Produktionsgigant und keine Markenmacht. Für den internationalen Wettbewerb sind eigene Marken notwendig. Qualität ist das Herz der Marke. Die Stärkung der Marken wird zweifellos die Produktqualität verbessern. China sucht den Wandel vom Preiswettbewerb zum Qualitätswettbewerb.“

Made in China: Von "Made in" zu "Created in"?



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

„Die Effizienz von „Made in China“ ist die billige Arbeitskraft, aber nicht das Management. Deshalb wird es schwerlich in Richtung „Created in China“ gehen.“

Quelle: Globrand.com, 30.04.2008

Made in China: Von "Made in" zu  
"Created in"?



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

„China ist ein Entwicklungsland, Probleme mit Produktqualität und –sicherheit sind nicht vollkommen vermeidbar. Aber die Qualität der Produkte „Made in China“ verbessert sich immer mehr. In der Vergangenheit gab es tatsächlich ein paar minderwertige Produkte, aber jetzt sind erstklassige Produkte überall in den Regalen.“

Quelle: Xin Jing Bao, 03.08.2007



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

„Da über die Hälfte der Exportprodukte von ausländischen Unternehmen stammt, ist „Made in China“ eigentlich auch ein „Made global“, das ist das unvermeidliche Ergebnis der internationalen Arbeitsteilung.“

Quelle: Xin Jing Bao, 03.08.2007

„Falls „Made in China“ Schaden zugefügt wird, dann wird in einem gewissen Maße auch „Made global“ Schaden zugefügt.“

Quelle: Xin Jing Bao, 24.08.2007



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

„„Non Made in China“ ist offensichtlich eine Diskriminierung chinesischer Produkte. Da eine Marke ein Immaterialgut ist, wird sowas eine negative Wirkung auf den Ruf von in China hergestellten Produkten haben.“

Made in China: Von "Made in" zu "Created in"?



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

„Non Made in China“ sollten wir nicht auf die leichte Schulter nehmen. Aber dieser Antrag hat auch sein Gutes, da uns dadurch die Wichtigkeit von „Created in China“ bewusster wird. Es ist schließlich nicht zu übersehen, dass sehr wenige Exportprodukte eigene Innovationen sind. Aber wenn eigene Innovationen zu Chinas Stärken gehören werden, dann wird ein Antrag auf „Non Made in China“ sofort einstimmig abgelehnt werden.“

Quelle: China.com.cn, 08.03.2006



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

„Angesichts genauerer internationaler Prüfung der Produkte „Made in China“ sollten wir erstmal vor unserer eigenen Haustür kehren und strikte Regelungen schaffen und durchsetzen, die den internationalen Standards entsprechen. Wenn wir die Rhetorik von „Diskriminierung“ und „Vorurteilen“ weiterführen, wird „Made in China“ niemals auf einer Höhe mit „Made in Germany“ oder „Made in Japan“ in den Herzen der internationalen Konsumenten sein.“

Quelle: Chinadaily, 19.07.2007



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

„In den nächsten 10 Jahren werden das „Sony“ der Zukunft, das „General Motors“ der Zukunft und sogar das „Google“ der Zukunft in China entstehen.“

Quelle: Xin Jing Bao, 08.01.2008



# IMAGE VON „MADE IN CHINA“ – IN CHINA!

## GEELY Automobile (吉利汽车):

„Sieht man Kleidung, sieht man ein Produkt; sieht man ein Auto, sieht man eine Marke. Das Gefühl ist unterschiedlich, je nachdem, ob man einen Benz oder einen GEELY fährt. Die Marke drückt nicht nur Qualität aus, sondern auch Wertvorstellungen. Luxusgüter aus dem Ausland verkaufen sich in China sehr gut, durch diese Phase muss der chinesische Markt durch. Wir können diesen Prozess nicht ändern, aber wir können uns darauf konzentrieren, Fortschritte in Qualität, Technik und After-Sales-Service zu machen und die Qualifikation der Manager und des Personals zu erhöhen. Dann wird jeder merken, dass die chinesischen Marken ganz und gar nicht gewöhnlich sind. Bis 2015 werden wir wie neugeboren sein. Vielleicht werden sich die Menschen auch schon in 5 bis 10 Jahren stolz, selbstbewusst und nationalverbunden mit GEELY fühlen.“

Quelle: Globrand.com, 28.04.2008



Vielen Dank  
für die Aufmerksamkeit!

