



Androsch: „Nach der Expo beginnt die Arbeit erst richtig“

Expo-Bilanz. Österreichs China-Offensive soll auch nach dem Expo-Ende weitergehen.

VON THOMAS SEIFERT

[SHANGHAI] Ganz in Rosa, ein Handy um den Hals, die iPod-Stöpsel im Ohr steht die kleine Chinesin vor dem französischen Pavillon. Stolz zeigt sie ihren Expo-Pass vor: Sie hat Stempel von Portugal, Kamerun und dem afrikanischen Pavillon gesammelt. Das Stempelsammeln entwickelte sich zum Volkssport auf der Expo in Shanghai, 300 Millionen Mal ließen sich die Besucher stempeln mit. Hauptnutznießer der Sammelwut war eine österreichische Firma mit Sitz in Wels: der

Stempelhersteller Trodat. Alex Tang, Trodat-Repräsentant in China, sagt, dass die Expo enorm zur Bekanntheit der Firma beigetragen habe. Die Firma, die sich in China in Xiamen – der saubersten Stadt des Landes – in der Provinz Fujian angesiedelt hat, hat 6000 Stempel mit 462 verschiedenen Designs für die Expo hergestellt. „Fast jeder Chinese, der die Expo besucht hat, hat ein österreichisches Produkt von Shanghai mit nach Hause genommen“, freut sich Tang. Dazu muss man wissen, dass im Reich der Mitte seit Kaisers Zeiten ein Stempelabdruck mehr zählt als jede Unterschrift.

Immer wieder Superlative

Die Expo in Shanghai: Wieder einmal hat China mit Superlativen beeindruckt. 73,08 Millionen Besucher auf der bisher größten Expo der Geschichte. Den bisherigen Rekord hielt Osaka in Japan, wo 1970 64,21 Millionen Menschen gezählt wurden. Das Areal: mit 5,3 Quadratkilometern (etwas kleiner als der 20. Wiener Gemeindebezirk, die Brigittenau) riesig.

Das Expo-Konzept, das in Europa keinen mehr so recht begeistern kann (1991 stimmten die Wiener in einer Volksbefragung mit überwältigender Mehrheit gegen die Abhaltung einer Expo Wien-



Stempeln gehen auf der Expo in Shanghai: Ein Welscher Stempelhersteller profitierte von der Sammelwut der Besucher. (Thomas Seifert)

Budapest), funktioniert in China. In Shanghai stürmten die Massen die Pavillons – bot die Expo doch Millionen Chinesen die Möglichkeit, gleichsam die ganze Welt zu sehen. Zudem: Chinesen lieben Themenparks, und die Expo ist für viele ein besonders interessantes und unterhaltsames Exemplar.

Birgit Murr, als stellvertretende Regierungskommissarin für den österreichischen Pavillon auf der Expo zuständig, bewertet den österreichischen Pavillon als Erfolg: Rekord hielt Osaka in Japan, wo 1970 64,21 Millionen Menschen gezählt wurden. Das Areal: mit 5,3 Quadratkilometern (etwas kleiner als der 20. Wiener Gemeindebezirk, die Brigittenau) riesig. Das Expo-Konzept, das in Europa keinen mehr so recht begeistern kann (1991 stimmten die Wiener in einer Volksbefragung mit überwältigender Mehrheit gegen die Abhaltung einer Expo Wien-

terreich in China genießt, steigert die Chancen für österreichische Produkte und Firmen.“

16 Millionen Euro: wofür?

Haben sich die 16 Mio. Euro – aus den Kassen der Wirtschaftskammer (ein Viertel der Kosten) und des Wirtschaftsministeriums (drei Viertel) an Investitionen in den Pavillon gelohnt? Regierungskommissar Hannes Androsch: „Das war die Voraussetzung für den weiteren Ausbau der guten Beziehungen zu China.“ Der Exportzuwachs von 44 Prozent (in den ersten sieben Monaten 2010) auf ein Volumen von 1,3 Mrd. Euro freut Androsch. Damit löst China die USA als wichtigsten Übersee-Handelspartner Österreichs ab. Hightech und Umwelttechnologien werden, so Androsch, den wichtigsten Beitrag zum weiteren Exportwachstum leisten. Ziel sei, das Exportwachstum noch einmal zu verdoppeln.

Mit dem Ende der Expo hört die Arbeit nach Androschs Darstellung nicht auf: „Jetzt müssen die geknüpften Kontakte vertieft werden.“

2011 bietet Gelegenheit dazu: In Wien und Peking feiert man das 40. Jubiläum der Aufnahme diplomatischer Beziehungen. Kanzler Werner Faymann wird 2011 eine China-Reise antreten, in Wien hofft man ebenfalls auf höchstrangigen Besuch: Im Mai könnte Präsident Hu Jintao oder Premier Wen Jiabao Wien seine Aufwartung machen.

Li Xiao vom österreichischen Hightech-Unternehmen s:can ist ebenfalls zufrieden: „Die Expo hat unserem Umwelttechnik-Unternehmen eine gute Plattform geboten.“ Die chinesischen Behörden sind wichtige Kunden des Wasseranalysegeräte-Herstellers, eine Präsentation im „offiziösen“ Umfeld des Expo-Pavillons sei vor so einem Publikum besonders nützlich gewesen.

Auf einen Blick

73,08 Millionen Besucher wurden auf der Expo in Shanghai gezählt.

3,3 Millionen besuchten den österreichischen Pavillon.

16 Millionen Euro kostete der Pavillon, wobei drei Viertel vom österreichischen Steuerzahler und ein Viertel von der Wirtschaftskammer getragen wurden.

Um 44 Prozent auf 1,3 Mrd. Euro wuchsen die Exporte österreichischer Firmen nach China in den ersten sieben Monaten.