

**CHINA** Am Sonntag ging die Weltausstellung zu Ende – Schätzungen sprechen von 72 Millionen Besuchern

## Österreich ziehen eine positive Expo-Bilanz

**Shanghai.** Seit Sonntag ist die Expo 2010 in Shanghai Geschichte. Schätzungen zufolge haben seit Mai 2010 72 Millionen Menschen die Weltausstellung besucht – rund 16.000 waren täglich auf Stippsvisite im österreichischen Pavillon. Doch lohnt es sich für Unternehmen überhaupt, auf der Expo präsent zu sein?

Drei österreichische Vertreter meinen unisono: Ja. Li Xiao ist China-Repräsentant für s:can. „Die Expo ist eine tolle Plattform, um den Bekanntheitsgrad zu steigern.“ Das einstige Start-up im Bereich Umwelttechnik mit 60 Mitarbeitern in Wien ist seit 2006 in China präsent – 400

Mitarbeiter stehen aktuell auf der Kundenliste.

Rainer Burkardt, Partner bei Squire & Sanders in China, macht keinen Hehl daraus, dass er der Expo lange Zeit kritisch gegenüber gestanden ist. „Wir beraten deutschsprachige Unternehmen vor Ort und haben uns eigentlich nicht viel ausgerechnet.“ Seit 13 Jahren ist die Kanzlei in China vertreten – zu den Klienten gehört u.a. der Mag-na-Konzern. „Die Expo war eine gute Gelegenheit, um einen Dialog in Gang zu bringen.“ Raymond Gradt wiederum, Handelsdelegierter für Shanghai, häft die sechs Monate genutzt, um den einen

oder anderen Skeptiker von den Geschäftsmöglichkeiten in China zu überzeugen. „Die Weltausstellung war durchaus ein Türöffner.“

Jene Unternehmen, die längst im Land sind – Andritz, Lenzing und AT&S beispielsweise –, machen laut Gradt, jedenfalls glänzende Geschäfte. Aktuell liegt das Auftragsplus bei 30 bis 180 Prozent im Vergleich zur Zeit vor der Wirtschaftskrise. Das Bild von China als einer verlängerten Werkbank hat sich verändert. „Heute wird in China für den chinesischen Markt produziert.“ Eine Entwicklung, die Burkardt bestärkt. „Es wird jetzt viel restrukturiert. Re-



präsentanzen werden in Vollgesellschaften umgewandelt und Vertriebsbüros aufgebaut.“

Laut Gradt hat es früher ausgereicht, in den drei großen Metropolen zu sein – heute boomen auch die zweit- und drittgrößten Städte. „Ich kenne viele österreichische Unternehmen, die die großen Metropolen meiden und in die kleineren Städte gehen, auch weil dort weniger Konkurrenz ist.“

### Nachbearbeitung

Laut Hannes Androsch, österreichischer Expo-Regierungsbeauftragter, fängt die Arbeit mit dem Ende der Expo

für die Unternehmen aber erst an. „Jetzt muss nachgearbeitet werden, um Nachhaltigkeit zu erreichen.“

Seinen Stempel im wahren Sinne des Wortes hat übrigens das Welser Unternehmen Trodat der Expo aufgedrückt. Als Sammelobjekt hat sich nämlich jener Expo-Reisepass entpuppt, der bei jedem Pavillon mit dem jeweiligen Landesstempel abgestempelt werden konnte. Rund 300 Millionen Mal wurde ein Trodat-Stempel in besagtem „Reisepass“ verewigt – vollständig gestempelt ist er angeblich auf dem Schwarzmarkt ein kleines Vermögen wert.



**Österreich-Pavillon:**  
Täglich 16.000 Besucher