

Die Lemminge sind verwirrt

Sich von Vorurteilen zu trennen, ist eine mühsame Angelegenheit. Bedeutet es doch nicht nur, das Denken wieder anfangen zu müssen, sondern darüber hinaus oft auch das Eingeständnis eigener Fehler. So geht es vielen Unternehmen, die in den letzten zehn Jahren wie die Lemminge nach China zogen, um dort das große Wirtschaftsglück zu finden. Leicht waren die Lemminge von ihrem Zug nicht zu abzubringen. machten auch 80 % von ihnen in China niemals Gewinn, ließen sie sich ihr Know-how wegnehmen und fanden sie sich auch noch so oft „über den Tisch gezogen“ wieder - so schnell war der Masseninstinkt, auf dem richtigen Weg zu sein, nicht zu beirren.

Vorurteile machen auch manche Entscheidung leichter: „Was heißt denn hier Planung, Strategieentwicklung und Vorbereitung?“, dachte sich so mancher Unternehmer. „Unternehmer sein heißt eben, im richtigen Augenblick einmal Geld in die Hand zu nehmen und loszuziehen!“ Und so machten sie sich auf nach China, deutsch, blauäugig, auf sich selbst vertrauend und mit dem Hauch von Gier, der es so viel leichter macht, Risiken einzugehen.

Wer jetzt glaubt, dieser Schwarm von Lemmingen habe maßgeblich aus Mittelständlern bestanden, der täuscht sich! Multis unter den deutschen Lemmingen handeln nicht weniger fahrlässig. Der Unterschied ist nur, dass sie sich ihre Fahrlässigkeit durch den Stempel eines der „Big Five“ unter deren von jungfräulichen Praktikanten erstellten „Feasibility Studies“ absichern ließen.

Weltwirtschaftskrise, steigende Kosten und Unruhen in China verwirren die Lemminge nun vollends: Soll man nach Hause schwimmen, weiter um das Überleben kämpfen oder sich neue Gewässer suchen? Einige haben aus Fehlern gelernt und entdecken die scheinbar kleinen ASEAN-Länder zwischen den Giganten China und Indien.

„Folgt mir nach Vietnam!“, fordern einige die enttäuschten China-Investoren auf, oder „Nur Thailand ist sicher!“. Und schon läuft man Gefahr, dass alte Vorurteile nur durch neue ersetzt werden.

Klar, tatsächlich sind die ASEAN-Staaten mit ihren fast 600 Millionen Menschen und zum Teil bestens entwickelten Märkten schon lange die zu Unrecht links liegen gelassene Alternative zu China. Die Löhne sind zumeist niedriger, die Qualität besser, die Rechtssysteme in einigen Ländern entwickelt und die Geschäftskultur nicht ähnlich fremdenfeindlich wie im großen Reich des Ostens. Wer den durchaus klugen Grundgedanken hegt, neue Märkte und preiswerte Produktion in den ASEAN-Staaten zu suchen, der sollte aber diesmal nicht Vorurteilen, sondern besser klaren Analysen folgen. Nicht jedes der zehn Länder dieses großen Wirtschaftsraums passt für jeden: Leichtlöhne in Vietnam und Indonesien stehen entwickelten Infrastrukturen und Absatzmärkten in Thailand, Malaysia und Singapur gegenüber. Laos und Kambodscha bieten Pionieren, Myanmar sogar Abenteurern weite Spielfelder.

ASEAN kommt in Mode. Das ist gut so und seit Jahren überfällig. Möge die Vielzahl der Götter dieser bunten Region sie allerdings davor bewahren, zum neuen Ziel der Lemminge zu werden. Was ASEAN braucht, sind Unternehmer, die gut vorbereitet, aufgrund von Urteilen und nicht Vorurteilen, und somit nachhaltig in diesem Markt mitspielen wollen. Lemminge, die nur dem Instinkt oder der Mode folgen, sind langfristig weder Hilfe noch Partner für die Länder Asiens.

(Pinguin)