

Geschäftsbeziehungen mit China & geopolitische Lage

April 2023

Hauke Hannig
Pressesprecher
ebm-papst Unternehmensgruppe

Telefon: +49 7938 81-7105
Mobil: +49 171 36 24 067

Hauke.Hannig@de.ebmpapst.com
www.ebmpapst.com

[Twitter](#) / [Facebook](#) / [Youtube](#) /
[Instagram](#) / [LinkedIn](#)

Welche Internationalisierungspläne und internationalen Investitionspläne hat die ebm-papst Gruppe?

Mit unserer seit 2017 durchgeführten Globalisierungsstrategie „local for local“ denken wir global und wollen unser Geschäft weltweit ausbauen, stellen uns zugleich lokal in den Regionen Europa, Asien-Pazifik und Amerika sukzessive unabhängig voneinander auf. Dadurch können wir die jeweiligen Marktanforderungen optimal bedienen, reduzieren weltweite Transporte und werden unabhängiger von einer weltweiten Lieferkette. Wir streben die Abbildung von drei Lieferketten an, indem wir unsere Produktionen in Europa, Asien-Pazifik und Amerika sukzessive durch Lieferanten vor Ort versorgen.

Aufgrund der steigender Marktnachfrage in Nordamerika nach energieeffizienten Produkten, stärken wir unser USA Geschäft. Erst im November 2022 hatten wir unser neues amerikanisches Werk (ca. 40 Mio. € Investition) eingeweiht und planen bereits das nächste. Auch in China haben wir vor kurzem das neue lokale Headquarter fertig gestellt, in welchem alle bisherigen Standorte in Shanghai zusammengelegt werden, womit wir unsere Effizienz erhöhen und noch besser auf Marktbedürfnisse eingehen können.

In Hinblick auf die geopolitischen Entwicklungen und die Industriepolitik der chinesischen Regierung, halten Sie weiterhin an dem Geschäft in China fest?

Wir werden weiterhin in die Entwicklung von ebm-papst China investieren, wie zuletzt mit dem Bau des neuen lokalen Headquarter ONE Shanghai. Getreu unserem globalen Ansatz „local for local“ werden wir in China für China produzieren. Wir sehen China nicht als Fertigungsstandort für Europa. Auch die Lieferkette innerhalb Europas und Deutschlands muss sich unabhängiger von China aufstellen. Die Zukunft all unserer Standorte heißt: Die lokale Produktion lokal versorgen.

Wie stehen Sie der Gefahr möglicher Unterbrechungen der Lieferkette entgegen?

An die Stelle der Globalisierung ist bei uns die Lokalisierung getreten: Global denken, lokal handeln und managen. Lokalisierung bedeutet für uns: Von Entwicklung über Produktmanagement, Einkauf, Vertrieb, bis zur Anwendung – alles passiert vor Ort im jeweiligen Land. So wollen wir auch Lieferketten für unsere Regionen

Europa, Asien-Pazifik und Amerika unabhängig voneinander aufstellen.

Unsere Strategie ‚local for local‘ hat für uns drei klare Vorteile. Die Nähe zum Kunden. Eine Unabhängigkeit in der Lieferkette. Und die Reduktion von Emissionen.

Welche Nachteile erfahren Sie als deutsches Unternehmen in China?

Wir haben in China wenig Nachteile. Wir unterliegen denselben Auflagen wie andere internationale und nationale Unternehmen und werden bei Ausschreibungen nicht benachteiligt. Im Gegenteil, das Interesse an Investitionen aus dem Ausland ist sehr hoch.

Wie stehen Sie als deutsches Unternehmen zur aktuellen geopolitischen Lage im Zusammenspiel zwischen USA, China und Russland?

Im Rahmen von unserer Glokalisierungsstrategie „local for local“ bauen wir unsere drei Regionen Europa, Asien-Pazifik und Amerika kontinuierlich und eigenständigen aus. Wir wollen damit eine deutliche Unabhängigkeit in den Lieferketten und politischen Spannungen erreichen, die Marktbedarfe der Regionen exakt bedienen und unsere Kunden vor Ort noch schneller beliefern.

Insbesondere auf dem chinesischen Markt sehen wir uns aufgrund unserer langjährigen Erfahrung vor Ort sowie dank „local for local“ etabliert. Diese Strategie macht uns unabhängiger von möglichen politischen Spannungen, Handelsbeschränkungen, schwankenden Wechselkursen oder auch neueren Entwicklungen wie dem Decoupling in China. Hierbei etabliert China in einigen Bereichen eigene Standards mit dem Ziel, sich von einer globalen Harmonisierung zu entkoppeln. Unsere lokale Präsenz vereinfacht die Anpassung unserer Produkte an die dortigen Normen und ermöglicht eine gute Zusammenarbeit mit den lokalen Behörden.

Den Angriffskrieg der russischen Regierung auf die Ukraine verurteilen wir stark. Außerdem haben uns Mitte 2022 aus dem Russlandgeschäft zurückgezogen und unsere beiden Tochtergesellschaften dort an das lokale Management verkauft. Wir brauchen in Europa künftig eine klare und gemeinsame Industriestrategie, insbesondere für Energie, zügige Entscheidungen und den Abbau von Bürokratie, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Es ist wichtig, auch in Europa eine eigene Lieferkette abzubilden, beispielsweise durch einen notwendigen Aufbau einer Halbleiterfertigung in und für Europa. Diese Chips benötigen wir für unsere effizienten und intelligenten Ventilatoren.

Hauke Hannig
Pressesprecher
ebm-papst Unternehmensgruppe

Telefon: +49 7938 81-7105
Mobil: +49 171 36 24 067

Hauke.Hannig@de.ebmpapst.com
www.ebmpapst.com

[Twitter](#) / [Facebook](#) / [Youtube](#) /
[Instagram](#) / [LinkedIn](#)

FAQ

Für welche Dauer haben wir das Gebäude ONE Shanghai von der Jingiao Group gemietet?

Die Mietdauer wird 20 Jahre betragen. Diese Entscheidung basiert auf unserem Vertrauen in den chinesischen Markt mit langfristigen Investitionen und langfristigem Fokus. Gleichzeitig wollen wir auch das Zugehörigkeitsgefühl unserer Mitarbeitenden durch eine stabile berufliche Entwicklung bei ebm-papst stärken.

ebmpapst

engineering a better life

Hauke Hannig
Pressesprecher
ebm-papst Unternehmensgruppe

Telefon: +49 7938 81-7105
Mobil: +49 171 36 24 067

Hauke.Hannig@de.ebmpapst.com
www.ebmpapst.com

[Twitter](#) / [Facebook](#) / [Youtube](#) /
[Instagram](#) / [LinkedIn](#)