

Stephan Scheuer Peking

Der Hauptsaal des Pekinger Konferenzentrums ist finster. Dann taucht die mehr als 20 Meter breite Leinwand den Raum mit seinen mehr als 1000 Zuschauern in grelles Licht. Unter martialischer Orchestermusik werden Computer gezeigt, die das Leben jedes Menschen auf der Welt durchdringen. Dann meldet sich der Gründer von Chinas Internetkonzern Baidu, Robin Li, zu Wort: „China steht in der vordersten Reihe der neuen Entwicklungen, die die Welt verändern werden.“

Vor 4000 Jahren sei das Rad an Euphrat und Tigris in Mesopotamien erfunden worden. „Vor 3000 Jahren wurde das Rad erneut erfunden. Dieses Mal in Indien. Und vor 2000 Jahren wurde es wieder erfunden, hier in China“, sagt Robin Li. Aber die Erde habe sich verändert.

Heute seien globale Informationen verknüpft. „Die Welt hat sich geöffnet und wird sich nie wieder verschließen“, stellt Li klar. Dazu werde seine Firma entscheidend beitragen. Er werde die Baidu-Plattform und alle Patente, die seine Firma für autonomes Fahren entwickelt habe, kostenlos zur Verfügung stellen. „Gemeinsam können wir eine neue Welt erschaffen“, schwärmt er. Dank künstlicher Intelligenz werde seine Firma in drei bis fünf Jahren in der Lage sein, das globale Geschäft für selbstfahrende Autos zu dominieren.

Chinas mächtigste Internetfirmen strotzen nur so vor Selbstbewusstsein. Die drei Giganten Baidu, Tencent und Alibaba haben sich das Geschäft im bevölkerungsreichsten Land der Welt untereinander aufgeteilt. Baidu kontrolliert die Internetsuche, Tencent dominiert Chatprogramme und Onlinespiele und Alibaba bestimmt das Geschäft mit Onlinehandel. Mit mehr als 730 Millionen Menschen sind nirgendwo auf der Welt so viele Nutzer online wie in China. Dieser gigantische Markt hat den drei Firmen gewaltige Wachstumsraten beschert. Nun reicht die Volksrepublik ihnen nicht mehr. Sie drängen raus in die Welt und fordern die etablierten US-Firmen Google, Facebook und Apple heraus.

Globale Vision

Niemand betreibt die Internationalisierung mit so viel Eifer wie Alibaba-Gründer Jack Ma. Seit mehr als zwei Jahren reist er ununterbrochen um die Welt, mit einer Mission: Er will das Erfolgsmodell seiner Handelsplattform Taobao in globalem Maßstab wiederholen. „Wir haben kleine Händler mit Millionen von Kunden verknüpft und so das Wirtschaftswachstum angekurbelt“, fasst er sein Geschäftskonzept zusammen. „Kleine und mittelständische Firmen sind das Rückgrat der Wirtschaft. Und niemand kann sie global so gut stärken wie wir“, sagt Ma. Das Codewort für den Masterplan lautet eWTP und steht für „Electronic World Trade Plattform“.

Als einen Schritt hat Ma die Mehrheit der Firma Lazada vom deutschen Gründer Maximilian Bittner übernommen, die den Onlinehandel in Südostasien bestimmt. Doch Ma plant in viel größerem Maßstab. Er will auch Afrika, Süd- und Nordamerika sowie letztlich auch Europa erobern. „Alibaba hat eine globale Vision“, sagt Bittner. In Europa sei noch nicht verstanden worden, welche epochalen Kräfteverschiebungen derzeit in der globalen Wirtschaftsordnung statt-

fänden. „Alibaba will weltweit Produkte innerhalb von 72 Stunden von Händlern an Kunden ausliefern“, sagt Bittner. Das könnte grundlegend verändern, wie Kunden derzeit einkaufen.

Die globale Expansion der chinesischen Technologiefirmen hat Deutschland bereits erreicht. Alibaba und Tencent machen mit ihren mobilen Bezahl-diensten den Anfang. Die beiden deutschen Unternehmen Wirecard und Concardis verbinden die chinesischen Systeme mit Geschäften in der Bundesrepublik. Alibaba vereint bereits 520 Millionen Nutzer auf seiner Plattform Alipay, bei Tencents WeChat Pay sind es sogar 600 Millionen. Sie können schon heute bei Reisen nach Deutschland in den rund 2000 deutschen Filialen der Drogeriekette Rossmann, beim Haushaltswaren- und Besteckhersteller Zwilling oder beim Fußballverein Borussia Dortmund mit den bekannten Apps bezahlen.

Chinas Produkte für Europa

In einem zweiten Schritt können die chinesischen Firmen auch versuchen, ihre Plattformen deutschen Kunden schmackhaft zu machen. „Die Bezahlprodukte von Alibaba und Tencent sind der Konkurrenz aus den USA überlegen“, sagt Fabian von Heimbürg, Chinachef des Bundesverbands der deutschen Start-ups. „WeChat kann mehr als WhatsApp, und Taobao von Alibaba kann mehr als Amazon“, hebt der deutsche Gründer in China hervor. Besonders bei Finanzdienstleistungen sei China weltweit führend. „Doch es wird noch länger dauern, bis sich auch Kunden in Deutschland an das Bezahlen ohne Bargeld gewöhnen“, meint von Heimbürg.

Doch der Erfolg der chinesischen Firmen liegt nicht nur an der Qualität ihrer Produkte. Auch der chinesische Staat hält seine schützende Hand über die Konzerne. Peking hat den chinesischen Onlinemarkt weitgehend von internationaler Konkurrenz abgeschirmt. Facebook, Twitter, Snapchat und Google werden in China blockiert. Amazon hat einen Marktanteil von weniger als einem Prozent. Yahoo hat nur ein halbes Prozent. Und Paypal wird fast nur von Ausländern in China eingesetzt. Der Chef der Cyberspace-Administration, Chinas Chefzensor Xu Lin, macht keinen Hehl aus der Strategie: „Wir wollen ein reines, sauberes Internet.“ Und chinesische Firmen hätten natürlich einen Standortvorteil. „Den haben US-Firmen in den Vereinigten Staaten doch auch“, sagt Xu.

Der süßliche Geruch von Parfüm waubert durch den Vorraum des Pekinger Luxushotels, das Tencent gemietet hat. Der Internetkonzern lässt Hühnchen-Sandwiches und frisch gepressten Orangensaft reichen. Mit zwei Stunden Verspätung taucht schließlich Unternehmensgründer Pony Ma auf. Der Milliardär spricht über das rasante Wachstum seiner Firma, aber antwortet auch auf eine Frage zur Internetzensur. „Natürlich wünschen wir uns, dass es mehr Freiheiten gibt“, räumt Ma ein. Aufgrund der strengen Vorgaben aus Peking müssen Tencent, Baidu und Alibaba Tausende Zensoren beschäftigen, die jeden Tag sensible Inhalte von den Plattformen der Firmen löschen. Das bindet Personal und schmälert den Gewinn. „Aber ich verstehe auch, dass die Regierung eine Balance finden muss“, sagt Ma. „Es ist nicht realistisch, dass die Regierung keine Regeln für das Internet aufstellt.“

Asiatische Marktführer

Angreifer aus Fernost

Die mächtigsten Konkurrenten der US-Technologiefirmen sitzen in China.

Alibaba, Tencent und Baidu sind auf dem riesigen Heimatmarkt reich geworden. Jetzt greifen sie global an.