

„Sehr spannende Konstellation“

Warum das Berliner Recyclingunternehmen Alba die Zukunft in China sieht



ALBA GROUP

Große Chancen Axel Schweitzer, Co-Chef des Berliner Recyclingunternehmens Alba Group, steht vor der Kulisse Hongkongs. Das Unternehmen baut das Chinageschäft aus

■ VON BJÖRN HARTMANN

BERLIN – Viele deutsche Unternehmen sehen in China den Markt der Zukunft – wegen der Bevölkerungsgröße und dem Wirtschaftswachstum des Landes. Und die Chinesen wiederum werben wie jetzt bei den Asien Pazifik Wochen in Berlin verstärkt um deutsche Technologien. Die Berliner Recyclingfirma Alba baut ihr Geschäft in China seit kurzem kräftig aus. Co-Chef Axel Schweitzer erklärt, warum.

Berliner Morgenpost: Herr Schweitzer, wie viele chinesische Schriftzeichen muss ein deutscher Manager beherrschen, um den Auftrag für die Elektroschrottsorgung in Hongkong zu bekommen?

Axel Schweitzer: Glücklicherweise sind die Ausschreibungsbedingungen dort in englischer Sprache formuliert. Um den Auftrag zu gewinnen, muss man ge-

nau genommen kein Schriftzeichen beherrschen. Wenn wir mal die Hauptsprache Mandarin betrachten, muss man, um sich auf einem normalen Niveau verständigen zu können, etwa 800 Zeichen lernen.

Wie viele beherrschen Sie?
Nur ein paar.

Zum Auftakt der Asien Pazifik Wochen in Berlin hat der chinesische Botschafter sie und Alba als Beispiele dafür genannt, wie beide Seiten von der Zusammenarbeit profitieren können. Was machen Sie anders als andere?

Der Bereich Umwelt, in dem wir uns bewegen, gehört heute in China zu den wichtigsten politischen Themen, veröffentlicht im 12. Fünf-Jahresplan für 2011 bis 2015. Und im 13. Fünf-Jahresplan wird er, zumindest was ich höre, noch einmal an Priorität gewinnen. Bei-

spiel Siedlungsabfall: China ist der größte Abfallproduzent der Welt. Und die Menge wird in den nächsten zehn Jahren noch einmal um etwa 50 Prozent steigen – mit Folgen für CO₂, Wasser, Luft. Die ist teilweise wirklich besorgniserregend...

...etwa die Dunstglocke über Peking...

...was bei sich entwickelnden Ländern nicht ungewöhnlich ist. Im Deutschland der 60er- und 70er-Jahre war das ähnlich. Denken Sie an die Verschmutzung im Ruhrgebiet. Da gibt es viele Parallelen. Deutschland mit seinen weltweit führenden Recyclingtechnologien kann hier dringend benötigte Lösungen anbieten. Vieles, was China importieren möchte, haben wir als Alba entwickelt und das Meiste davon ist sogar „made in Berlin“.

Wie kommt ein Familienunternehmer aus Berlin auf China als Markt?

Der weltweit größte Umweltmarkt trifft auf die besten Technologien. Das ist eine sehr spannende Konstellation. Und in der Marktlogik naheliegend. Ich selbst bereise China seit Mitte der 90er-Jahre, Alba arbeitet in und mit China auch etwa seit dieser Zeit. So verkaufen wir seit über 20 Jahren Sekundärrohstoffe nach Asien. Insofern haben wir eine lange Historie. Wir treffen dort auf für uns sehr interessante Möglichkeiten.

Andere allerdings auch.

Natürlich. Wir sind weder die Ersten noch die Einzigen auf dem großen Markt. Da muss man sich entsprechend intensiv einlassen. Bis hin zum Persönlichen, zum Beispiel, dass ich dort jetzt einen zweiten Wohnsitz habe. Und dass wir uns als Familienunternehmen für einen Minderheitsinvestor öffnen, um die Marktchancen besser wahrnehmen zu können. Aus eigener Kraft könnten wir das heute nicht stemmen. Deshalb öffnen wir uns für einen Partner.

Welche Rolle spielt es, dass Ihr Bruder Eric, mit Ihnen Co-Chef bei Alba, auch Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) ist – eines der höchsten Ämter der deutschen Wirtschaft?

Ich sehe hier keinen Zusammenhang. Das eine ist ein Ehrenamt, das mein Bruder wahrnimmt, um die Interessen der 3,6 Millionen gewerblichen Unternehmen in Deutschland gegenüber der Politik zu vertreten, das andere sind unsere unternehmerischen Aktivitäten.

Und welche Rolle spielt Alba, die Basketballmannschaft, wo Sie Aufsichtsratsvorsitzender sind? Die hat sogar einen chinesischen Sponsor.

Basketball ist in China Sport Nummer 1, nicht Tischtennis, wie viele denken. Man geht davon aus, dass rund 400 Millionen Chinesen dem Basketball zugehörig sind. Wir als Alba sind das erfolgreichste deutsche Basketballteam der vergangenen 25 Jahre, und wir haben damit einfach eine sehr gute Position. Die europäische Liga ist neben der NBA in China sehr wichtig, die deutsche Liga ist die am stärksten wachsende unter den europäischen Ligen. Das bietet interessante Chancen. Und wir engagieren uns neben dem professionellen Basketballsport auch sozial. Alba Berlin bietet ein breites Programm an Schulen und Universitäten, mit eigenen Trainern, die in Berliner Schulen Basketball-AGs anbieten. Dieses Programm „exportieren“ wir auch nach China. Wir haben gerade vor kurzem ein großes Basketballturnier in Shanghai organi-

siert zwischen den beiden großen Universitäten und sind auch bei den Schulen aktiv.

Wie viel Umsatz macht der Konzern inzwischen in China?

Im vergangenen Jahr waren es 224 Millionen Euro. China ist für uns der größte Auslandsmarkt.

Was muss ein Unternehmen beachten, wenn es in China Geschäfte macht?

Man braucht Offenheit. Das gilt nicht nur für China, sondern für jeden Markt außerhalb Deutschlands, eigentlich selbst in Deutschland. Von außen betrachtet ist Deutschland eine Einheit. Doch die Bayern sehen sich in Abgrenzung zu Preußen oder Berlinern, zwischen Westfalen und Rheinländern gibt es große kulturelle Unterschiede. Die Unternehmen, denen es gelingt, offen für Andersartigkeit zu sein, werden die erfolgreichsten sein. Das Beste aus beiden Welten zu verbinden, ist der Schlüssel des Erfolges. Beruhend auf Respekt im Umgang miteinander.

Immer wieder warnen Experten davor, dass Chinesen deutsche Technologie kopieren. Fürchten auch Sie einen Knowhow-Verlust?

Unser Markt hat für uns einen großen Vorteil. Es gibt kein Produkt, das so heterogen ist wie Abfall. Der ändert sich jahreszeitlich, bei Regen und auch mit der gesellschaftlichen Entwicklung. Abfall ist das Spiegelbild von Konsum und Produktion. Die Gesellschaft verändert sich, die Urbanisierung nimmt zu. In China leben jetzt erstmals mehr Menschen in der Stadt als auf dem Land. Und in der Stadt zu leben, bedeutet erst einmal Zugang zum Konsum zu haben. Das hat Folgen für den Abfall. Und wegen der Veränderung des Abfalls sind immer wieder neue Lösungen gefragt. Die haben wir über die vergangenen fast 50 Jahre erfolgreich gefunden.

Wann ist bei Alba mit den nächsten Aufträgen aus China zu rechnen? Und worum geht es dabei?

Jetzt haben wir – mit der Einführung eines Systems zur Sammlung und Aufbereitung von Elektroschrott für sieben Millionen Menschen in Hongkong – erst einmal den größten Auftrag der Firmengeschichte bekommen.

Aber Sie haben sicherlich noch einiges mehr vor.

Solche Aufträge wie der in Hongkong werden uns auch in China nicht jede Woche gelingen. Wir führen aber natürlich viele interessante Gespräche, und es gibt weitere konkrete Projekte – Stichwort „grüne Kohle“.

Grüne Kohle?

Unter „grüner Kohle“ verstehen wir einen Ersatzbrennstoff, der aus nicht mehr recyclingfähigem Hausmüll produziert wird. In Berlin wird fast die Hälfte des Hausmülls heute zu dieser „grünen Kohle“ umgewandelt und geht dann ins Kraftwerk, um dort Primärenergie zu ersetzen. Die beiden Berliner Anlagen, die wir seit Jahren in Partnerschaft mit der Berliner Stadtreinigung betreiben, haben wir entwickelt. Das ist führende Berliner Technologie, für die wir einen Riesenmarkt in China sehen. Heute werden dort noch mehr als 70 Prozent der Abfälle deponiert. Rohstoffe gehen verloren, Schadstoffe gelangen in das Grundwasser und in die Luft. Wir entnehmen dem Restmüll die Schadstoffe, holen die Wertstoffe raus und transformieren den Rest zu „grüner Kohle“, die als Energielieferant dient.