Zipfelmützen für die Welt

Global Village: Aus der chinesischen Provinz Zhejiang kommt ein Großteil des Weihnachtsschmucks für den internationalen Markt.

Als Jiang Jiangping, gelernter Anstreicher und Haargummiproduzent, in sein Dorf zurückkehrte, wusste er, es würde nicht leicht werden: Wie sollte er sein neues Geschäftsmodell erklären? Selbst er konnte nicht sagen, wann genau man eigentlich Weihnachten feiert. Und die Alten im Dorf hatten noch nie etwas von Weihnachten gehört.

Sie fragten: „Wer soll dein Zeug bloß kaufen?“ Er antwortete, die Menschen im Westen zögen einmal im Jahr rote Kleidung an. Danach würden sie die Sachen verbrennen. Die Alten nickten bedächtig, das leuchtete ihnen ein. Schließlich verbrannten sie bei manchen ihrer Feste auch Papiergeld für die Ahnen. Und genau deshalb, fügte Jiang hinzu, würden die Ausländer im darauffolgenden Jahr bestimmt neue rote Jacken und Hosen bei ihm holen. Die Alten nickten wieder, und Jiang begann, die Kostüme des Weihnachtsmannes zu schneidern.

Heute, über zehn Jahre später, sitzt er in Raum A3-6181 in der „Internationalen Handelsstadt“ von Yiwu, so nennen sie das Ausstellungsgelände. Jiang, 42 Jahre alt, ist jetzt ein erfolgreicher Zipfelmützen-Produzent mit Kunden auf der ganzen Welt. Denn hier in der Provinz Zhejiang, im dritten Stock eines grauen Gebäudes in einer grauen chinesischen Stadt, befindet sich die Mutter aller Weihnachtsmärkte.

Gegenüber von Jiangs Laden blinkt das Geweih eines kalbsgroßen Rentiers, künstliche Schneekristalle baumeln von der Decke. Lametta-Verkäuferinnen dösen zwischen schimmernden Girlanden. Es riecht nach Urin. Den Himmel sieht Jiang nicht. In seinem fensterlosen Gang scheint Neonlicht auf gigantische aufblasbare Nikoläuse.

Jiangs Nachbar auf dem Flur ist ein ehemaliger Armeeangehöriger, der in Chinas wildem Westen diente und nach 13 Jahren Sandsturm, Hitze und aufmüpfigen Uiguren groß ins Engelchen-Geschäft einstieg. Ein paar Ecken weiter zeigt eine alte Dame Tausende glitzernde Schleifen auf vier Quadratmetern.

60 500 Schauräume, 80 000 Besucher am Tag, Yiwu ist der Großmarkt für Kleinteile, für all das, wonach sich Wohlstandsgesellschaften sehnen. Kühlschrankmagneten, Teelichter, Schneekugeln und eben Festschmuck. 70 Prozent aller Weihnachtsartikel auf dem US-Markt und über 40 Prozent der Weihnachtswaren auf dem europäischen Markt kommen von Unternehmen in Yiwu.

Im März und April ordern Jiangs Kunden aus den USA und Brasilien, im Mai, Juni, Juli bestellen die Spanier, Italiener, Engländer für ihre Weihnachtsmänner, jeweils 50 000 Zipfelmützen im Schnitt. Die letzten Mützen nach Europa gehen Mitte Oktober mit dem Schiff raus.

JONATHAN BROWNING / DER SPIEGEL

Mützenproduzent Jiang: *Weiße Bommel, ein Leben lang*

Auch deutsche Abnehmer hatte Jiang schon, die Namen kennt er nicht, das Geschäft wickeln immer die Agenten ab. Jiang liefert an alle, nur mit den Japanern will er nichts zu tun haben. Die zündeten damals im Krieg das Dorf seines Vaters an.

Von 9 bis 17 Uhr jeden Tag nimmt Jiang Bestellungen entgegen, dann fährt er in die Fabrik. Manchmal muss er die Arbeiter besänftigen. Wenn die Ungeschickten meutern, sie wollten auch 3000 Zipfelmützen am Tag schneidern, nicht nur 2000, wie der Direktor sie anwies, aus Sorge um den Qualitätsstandard. Schließlich werden sie pro Stück bezahlt.

Überhaupt sind die Arbeiter anspruchsvoller geworden. Jiang hat Mühe, genügend Angestellte zu finden. 200 Arbeiter beschäftigte er 2009, jetzt sind es nur 90. Jiang sagt: „Die Jungen wollen nicht mehr hart arbeiten.“ Die 20-Jährigen wollen nicht mehr auf dem Schemel hocken, zwölf Mützen auf dem Schoß, sechs soherum falten, sechs andersherum, Tüte zu, Päckchen auf den Haufen, den ganzen Tag. Wollen nicht mehr mit der Pinzette bunte Filzstückchen greifen und aus neun Einzelteilen einen Schneemann basteln, das ganze Jahr lang. Wollen nicht mehr flauschige weiße Bommel an Zipfelmützen kleben, ein Leben lang.

Und auch die 30-Jährigen suchen sich lieber Jobs in der Heimatprovinz, statt die Kinder bei den Großeltern zurückzulassen. Deshalb hat Jiang dieses Jahr den roten Stoff nach Henan und Anhui transportiert, damit ein paar Bauersfrauen wenigstens zu Hause für ihn rote Dreiecke nähen.

Weihnachten macht Jiang oft Kummer. Während der Finanzkrise gingen die Zipfelmützenaufträge um 20 Prozent zurück, einige Kunden schulden ihm bis heute Geld. Doch Weihnachten hat Jiang auch reich gemacht. Er besitzt jetzt eine eigene Wohnung im 13. Stock eines Hochhauses und drei Lastwagen für die Firma. Er trägt ein goldfarbenes Armband. Er fährt Audi.

Mittlerweile exportiert China nicht nur Weihnachtsschmuck, es importiert sogar Weihnachten. Jiang liefert seine Weihnachtsmannmützen in alle chinesischen Provinzen, an Hotels, Restaurants und Geschäfte. Und in der Schule seiner Tochter machen sie jedes Jahr einen Wettbewerb, welche Klasse die beste „Christmas-Show“ aufführt. Weihnachten ist jetzt Mode in China, ohne Jesus.

Jiang selbst gibt seinen Arbeitern am 25. Dezember frei. Dann lädt er alle ins Restaurant ein, und mit den Direktoren geht er danach noch in eine Karaoke-Bar.

Auch diese Weihnachten wird sich Jiang Jiangping wieder ein Mikrofon schnappen und singen, sein Lieblingslied, über die Schönheit Tibets, die schneebedeckten Berge, den Buttertee und eine Eisenbahn ins Paradies. Das Lied heißt „Himmlische Straße“. Auch in Tibet tragen sie jetzt übrigens seine Zipfelmützen.

Sandra Schulz