Die Attraktivität des chinesischen Marktes für deutsche Firmen (2017)

Kurzbeschreibung

Trotz erheblicher Hürden für Außenseiter beim Eintritt in den chinesischen Markt bleibt das Land nach Ansicht eines Wirtschaftswissenschaftlers auch in Zukunft der wichtigste Handelspartner für die deutsche Wirtschaft, wenn die Unternehmen die Hilfe anderer, die dort bereits Erfahrung haben, in Anspruch nehmen.

Quelle

China bleibt attraktiv für deutsche Firmen

Das Wirtschaftswachstum im Reich der Mitte verlangsamt sich. Der chinesische Markt wird schwieriger. Dennoch wird den deutschen Unternehmen der rote Teppich ausgerollt.

Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und China sind im Laufe der letzten Jahrzehnte immer enger geworden. 2016 zogen die Chinesen an Frankreich und den USA vorbei und wurden Deutschlands wichtigster Handelspartner. 8000 deutsche Unternehmen haben auf dem größten Wachstumsmarkt investiert. In der letzten Zeit häufen sich allerdings Klagen über unfaire Behandlung durch die chinesische Regierung. Laut einer Umfrage der Deutschen Auslandshandelskammern (AHK) fühlt sich ein Drittel der deutschen Firmen in China weniger willkommen als vor zehn Jahren.

„Das hat sicherlich auch damit zu tun, dass damals eine andere Politik herrschte in China, zum Anziehen von ausländischen Unternehmen“, sagt Alexandra Voss, AHK-Leiterin in Peking, am Rande des Greater China Day in der Industrie- und Handelskammer Köln. Mit anderen Worten: Die Privilegien sind etwas abgeschmolzen. „Ein anderer Faktor ist auch, dass sich aktuell das Tempo der Wirtschaftsreform nicht so hoch zeigt, wie viele ausländische Unternehmen das erwarten. Es hat sich ein Stück weit Ernüchterung breitgemacht“, so Voss im Gespräch mit der Deutschen Welle.

Auch der deutsche Botschafter in China, Michael Clauss, rechnet nicht mit großen Reformen in Richtung Marktöffnung in naher Zukunft. „Man wird schrittweise in diese Richtung gehen, aber eher in Trippelschritten“, sagte Clauss in Köln. China wird also noch eine Weile bei der Marktwirtschaft chinesischer Prägung oder dem Staatskapitalismus, wie man es auch nennen mag, bleiben. Typische Merkmale sind fehlende Transparenz und ungleiche Behandlung einheimischer und ausländischer Firmen.

China bleibt eine lohnende Investition

Lohnt es sich vor diesem Hintergrund für ein deutsches Unternehmen, für das China bisher ein weißes Blatt war, in den asiatischen Markt einzusteigen? Zumal die Zeiten zweistelliger Wachstumsraten passé sind? „Ja“, sagt Alexandra Voss. Die Entwicklung in China habe sich je nach Regionen und Branchen viel stärker ausdifferenziert als in der Vergangenheit: „Und für ein neues Engagement in China lohnt es sich für deutsche Unternehmen zu schauen: Was sind denn die Branchen, wo auch aus Sicht der chinesischen Führung ein besonderes Wachstum in den nächsten Jahren vorgesehen ist.“

Es sind Branchen wie die erneuerbaren Energien, die Robotik, die Elektromobilität, Luft- und Raumfahrttechnik und Hochgeschwindigkeitszüge. Auch beim Jahrhundertprojekt „Neue Seidenstraße“,

mit dem China Infrastrukturvorhaben in Eurasien vorantreibt und dabei auch geostrategische Ziele verfolgt, seien deutsche Unternehmen nach Meinung von Botschafter Clauss gefragt. „Im Bereich Hightech gibt es Anfragen von chinesischer Seite an deutsche Firmen. Es geht auch um Beratung und Analyse. Aber auf Baustellen wird Chinesisch gesprochen. Als Gegenleistung für die Teilnahme an einem Projekt wird Technologietransfer erwartet“, so Michael Clauss.

Technologietransfer, für viele deutsche Unternehmen immer noch ein Reizwort und nicht viel besser als Technologieklau. Doch die Zeiten, in denen der chinesische Joint-Venture-Partner auf der anderen Straßenseite eine neue Fabrik hochzieht und den deutschen Unternehmer in den Konkurs treibt, gehören der Vergangenheit an. China ist inzwischen selber zu einem Land der Innovation aufgestiegen. 1,3 Millionen Patente wurden 2016 im Reich der Mitte angemeldet. Täglich werden 12.000 neue Unternehmen registriert, darunter viele Startups im Hightech-Bereich.

Chinesen sind offen für neue Technik

„Im Moment kenne ich kein Volk, das so technikaffin ist wie die Chinesen. Sie sind offen für Innovationen, vor allem für Smartphone, Internetservices und Elektronik“, schwärmt Bettina Schön-Behanzin von der Freudenberg Group und Vorstandsvorsitzende der Deutschen Handelskammer in China. Chinas Konsumenten würden in den Innovationsprozess einbezogen. Sie nennt den iPhone-Hersteller Xiaomi als Beispiel. Das Unternehmen befragt regelmäßig eine Million Nutzer nach Funktionsverbesserungen. Die Vorschläge der Nutzer werden innerhalb einer Woche durch Softwareupdates implementiert. „Die Geschwindigkeit ist atemberaubend. Unternehmen können in China nur erfolgreich sein, wenn sie im Land Forschung und Entwicklung betreiben“, so Schön-Behanzin. 20 Forschungszentren hat Siemens in China aufgebaut. „Wir innovieren in China, für China und mit China, mit chinesischen Universitäten, Startups und Unternehmen“, sagt Siemens-Chef in China Lothar Herrmann.

Den klassischen Technologietransfer nach China sieht Rainer Berthan, Geschäftsführer von Dentsply Sirona Bensheim, als Auslaufmodell: „Der Technologietransfer hat noch häufiger den Anklang, dass irgendein begnadeter deutscher Ingenieur ab und zu nach China fährt, um den Chinesen etwas Neues beizubringen.“ Im Laufe der Zeit sei den chinesischen Tochterunternehmen eine bedeutende Rolle zugewachsen, um von dort aus weitere Märkte zu erschließen. Da könnte die Ingenieurabteilung in Deutschland zu langsam sein. Die Entwicklung in China fasst er so zusammen: „Von Made in China zu Made for China. Nun stehen wir vor dem nächsten Schritt: Design in China für die Welt.“

Den deutschen Unternehmen, die bisher den Schritt nach Asien nicht gewagt haben, rät Siemens-Chef für China Herrmann, ins chinesische Landesinnere zu gehen. Dort seien die Personalkosten noch niedrig, und man bekäme Subventionen vom chinesischen Staat.

Auch die politischen Rahmenbedingungen sind für ein China-Engagement günstig. Die Beziehungen zwischen Deutschland und China sind seit dem Amtsantritt des US-Präsidenten Donald Trump enger denn je. China sei politisch stabil, ökonomisch robust, konstatiert Botschafter Michael Clauss. Zwar würde der chinesische Markt schwieriger, aber die Regierung in Peking sei bereit, Deutschland entgegenzukommen. Denn „die Bedeutung deutscher Unternehmen für China wird noch weiter zunehmen. Vor allem den Unternehmen im High-Tech-Bereich wird der rote Teppich ausgerollt.“

Quelle: Zhang Danhong, „China bleibt attraktiv für deutsche Firmen“, Deutsche Welle, 6. Juli 2017. https://www.dw.com/de/china-bleibt-attraktiv-f%C3%BCr-deutsche-firmen/a-39484815

Empfohlene Zitation: Die Attraktivität des chinesischen Marktes für deutsche Firmen (2017), veröffentlicht in: German History in Documents and Images, <https://germanhistorydocs.org/de/ein-neues-deutschland-1990-2023/ghdi:document-5298> [11.09.2026].