

04-2021

China *insight* Wirtschaftsmagazin



致
遠

Ökosystem für Innovation: F&E-Anreize für auslandsinvestierte Unternehmen

Unternehmergespräch: Philip Krause – Andere reden, wir handeln



WIRTSCHAFTSINFORMATIONEN AUS DEM DEUTSCH-CHINESISCHEN ÖKOPARK QINGDAO

In China, um in China zu bleiben

Umfrage: Baden-Württembergs Unternehmen wollen Geschäft ausbauen

Als Wirtschaftspartner bleibt China für Baden-Württembergs Unternehmen wichtiger Partner. Zu diesem Schluss kommt die Studie „Wirtschaftliche Zusammenarbeit mit China 2021 – Ein Überblick“, die vom China Netzwerk Baden-Württemberg (CNBW) und der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC mit Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus veröffentlicht wurde.

Trotz der Pandemie, die auch zu einer Beeinträchtigung der Lieferketten geführt hat, will die Mehrheit der Unternehmen seine Aktivitäten in China ausbauen. Chinas Bedeutung als Beschaffungsmarkt wird zunehmen, sind die Unternehmen aus Baden-Württemberg überzeugt.

- Eine große Anzahl der Unternehmen unterhält langjährige Wirtschaftsbeziehungen mit China: Rund ein Drittel agiert dort bereits zwischen zehn und 20 Jahren, sieben Prozent sind sogar schon länger als 30 Jahre im Land aktiv. Knapp 30 Prozent der Unternehmen haben ein relativ junges Chinageschäft und sind dort weniger als fünf Jahre engagiert. Das indiziert ein starkes Interesse am Neugeschäft mit dem Absatz- und Beschaffungsmarkt China, so die Studie. Bei den Unternehmensformen überwiegen die 100-prozentigen Tochtergesellschaften. Mehr als die Hälfte der Unternehmen agieren in China mit einer oder mehreren eigenständigen Tochtergesellschaften. Joint-Venture-Unternehmen haben 13 Prozent der Firmen gegründet.
- Mehr als 35,6 Prozent der Befragten gaben an, China sei ein wichtiger Absatzmarkt. Ebenso viele Unternehmen sehen China als einen von mehreren Märkten. 60 Prozent sehen das Land als zunehmend Bedeutung gewinnenden Absatzmarkt, während 30 Prozent glauben, die Bedeutung des chinesischen Marktes werde für ihr Unternehmen unverändert bleiben. Das lasse laut Studie den Schluss zu, dass die China-Aktivitäten künftig stärker ausgebaut werden.
- Was für den Absatz gilt, trifft auch auf die Beschaffung zu. Für ein Viertel der Firmen ist China ein sehr wichtiger Beschaffungsmarkt, für ein weiteres Viertel einer von mehreren Beschaffungsmärkten. Knapp 41 Prozent gehen davon aus, dass die Bedeutung Chinas als Beschaffungsmarkt weiter zunehmen wird.
- Laut Studie sehen zwei Drittel der Unternehmen trotz der durch die Corona-Pandemie schwieriger gewordenen äußeren Bedingungen keinen Grund, die China-Planungen für die kommenden Jahre zu ändern. Von dem einen Drittel der Unternehmen, die sagen, die Pandemie habe Auswirkungen auf ihre China-pläne, gaben 40 Prozent an, den chinesischen Markt nicht verlassen zu wollen, aber auch andere Standorte in Erwähnung zu ziehen und das Geschäft regional stärker zu diversifizieren. Als zusätzlicher Standort kommen für diese Unternehmen insbesondere die Länder Osteuropas in Frage.
- Die chinesische Seidenstraßen-Initiative ist für die baden-württembergischen Unternehmen kaum oder nur wenig interessant. Nur sieben Prozent der Firmen sind in Vorhaben entlang der Seidenstraße engagiert, vor allem in Ländern der GUS. Die befragten Unternehmen sehen die Seidenstraße-Initiative eher als politisches Thema und weniger als wirtschaftliches, so die Einschätzung in dem Bericht.
- Befragt zum Wettbewerb durch chinesische Unternehmen, gaben 40 Prozent an, trotz Dominanz der chinesischen Wettbewerber in Sektoren wie Internet

BUCHTIPP

China im Blickpunkt des 21. Jahrhunderts

Eigentlich sind die vergangenen vier Jahrzehnte der chinesischen Entwicklung und der deutsch-chinesischen Zusammen-



arbeit eine Erfolgsgeschichte, die ihresgleichen sucht. Es gab immer ein Auf und Ab, Euphorie wechselte mit Ernüchterung. Bei so unterschiedlichen Volkswirtschaften wie die Deutschlands und Chinas ist das mehr als normal. Allerdings wird seit Trumps Einzug ins Weiße Haus über China so kontrovers wie nie zuvor diskutiert. Das hat sich mit Joe Biden nicht

geändert, der Anfang des Jahres die Regierungsgeschäfte übernommen hat und China in jeder Hinsicht als die größte Herausforderung sieht. Im Interesse des transatlantischen Bündnisses versuchen die Europäer den Washingtoner Vorgaben zu folgen. Nachzulesen ist dies auch im gerade ausgehandelten rot-gelbgrünen Koalitionsvertrag.

Das Rad der Geschichte wird sich weiterdrehen. China ist sein Platz in der globalen Wirtschaft nicht mehr zu nehmen. Wir brauchen das Land als Partner bei der Bewältigung globaler Herausforderungen, dem Klimaschutz etwa. Und wir können von China in Bereichen lernen, in denen wir das gern ablehnen. Stichwort: „Corona“ und der gesellschaftliche Umgang mit der Pandemie.

Es lohnt allemal, sich mit China unvoreingenommen auseinanderzusetzen. Gern auch kontrovers, aber mit Respekt füreinander. Besser noch konstruktiv. Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur zeigen in dem von Tobias Loitsch herausgegebenen und in 2. Auflage publiziertem Band, wo China für Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft Impulsgeber für die künftige Entwicklung sein kann, wo Potenziale liegen, die im Interesse unserer gemeinsamen Zukunft stärker genutzt werden müssen. Annäherung, nicht Abgrenzung, so die Botschaft. Dabei muss der Leser nicht jede Meinung der hier versammelten Autoren teilen. Er sollte sie jedoch auch nicht ignorieren. ● *pt*

Tobias Loitsch, Hrsg.,

China im Blickpunkt des 21. Jahrhunderts – Impulsgeber für Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft

ISBN 978-3-662-63377-9

SpringerGabler, 2021

of Things (IoT) oder Künstliche Intelligenz gut aufgestellt zu sein, um sich behaupten zu können. 60 Prozent der Befragten gehen allerdings davon aus, dass die chinesischen Wettbewerber stark aufholen und den deutschen Firmen in ihren Branchen in einigen Jahren überlegen sein könnten. Das führen die Befragten unter anderem auf das hohe Tempo bei der Implementierung neuer Technologien zurück.

- Die Zusammenarbeit mit chinesischen Partnern bewerten die Befragten eher positiv. Ähnlich fällt die Aussage hinsichtlich der Zusammenarbeit mit den lokalen Mitarbeitern und Kunden aus. Weniger zufrieden sind die Unternehmen mit den Lieferanten. Laut Umfrage hat die Zufriedenheit in den vergangenen Jahren nachgelassen. Ungeachtet dessen hofft das Gros der Unternehmen auf stabile Kooperationsbeziehungen im Land und wünscht sich eine Zusammenarbeit, von der beide Seiten profitieren. Notwendig seien zudem mehr informeller Austausch sowie technologische Zusammenarbeit. Ein Drittel der Unternehmen glaubt allerdings, die Zusammenarbeit müsse nicht erweitert werden.
- Als größte Herausforderung sehen die befragten Unternehmen die Entwicklung von Preisen und Löhnen. Auch wirtschaftliche, wettbewerbliche und rechtliche Sicherheit treibt die Unternehmer um. Drittwichtigstes Thema ist die Zuverlässigkeit der Partner, gefolgt von der Produktqualität. Erfolgskritisch sind zudem, geeignetes Personal zu finden, eine geeignete Führungs- und Unternehmenskultur aufzubauen sowie die interkulturelle Zusammenarbeit zwischen China und Deutschland zu intensivieren. Die Infrastruktur des Landes wird hingegen gelobt: Die Mehrheit der Unternehmen ist zufrieden.
- In einem weiteren Fragenkomplex äußerten sich die Unternehmensvertreter zur China-Berichterstattung in den deutschen Medien, die 40 Prozent als zu kritisch sehen. Jeweils 27 Prozent meinen, die Berichterstattung sei ausgewogen oder zu unkritisch. ●

An der Umfrage haben 144 Unternehmen teilgenommen, die zwischen Dezember 2020 und Februar 2021 befragt wurden.

China Netzwerk Baden-Württemberg

www.china-bw.net

Link zur Studie: <https://bit.ly/3Abf8QR>