

Karl Pilny

Praxiswissen China

Verhandlungsstrategie • Normen • Vertragsgestaltung
Mit Mustervorlagen und Arbeitshilfen



HANSER

HANSER

Karl Pilny

Praxiswissen China

Verhandlungsstrategie –
Normen – Vertragsgestaltung
Mit Mustervorlagen und
Arbeitshilfen

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Print-ISBN 978-3-446-46479-7

E-Book-ISBN 978-3-446-46511-4

ePub-ISBN 978-3-446-46480-3

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Alle in diesem Buch enthaltenen Verfahren bzw. Daten wurden nach bestem Wissen dargestellt. Dennoch sind Fehler nicht ganz auszuschließen.

Aus diesem Grund sind die in diesem Buch enthaltenen Darstellungen und Daten mit keiner Verpflichtung oder Garantie irgendeiner Art verbunden. Autoren und Verlag übernehmen infolgedessen keine Verantwortung und werden keine daraus folgende oder sonstige Haftung übernehmen, die auf irgendeine Art aus der Benutzung dieser Darstellungen oder Daten oder Teilen davon entsteht.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdruckes und der Vervielfältigung des Buches oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Einwilligung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren), auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung – mit Ausnahme der in den §§ 53, 54 URG genannten Sonderfälle –, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die Rechte aller Grafiken und Bilder liegen bei den Autoren.

© 2021 Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, München

www.hanser-fachbuch.de

Lektorat: Lisa Hoffmann-Bäumel

Herstellung: le-tex publishing servives GmbH, Leipzig
Coverrealisation: Titelmotiv: Johanna Nierich & Max Kostopoulos,
unter Verwendung von Grafiken von © [gettyimages.de/erhui1979](https://www.gettyimages.de/detail/stock-photo/abstract-3d-render/119791979)

Vorwort

Es ist beinahe ein Allgemeinplatz geworden, aber man kommt heutzutage an China und Chinesen nicht mehr vorbei. Selbst wenn man nicht vor Ort geschäftlich aktiv ist wie etwa durch Tochtergesellschaften in der Volksrepublik China, durch Handelsgeschäfte in Hongkong oder durch den Erwerb chinesischer Aktien, so wird es kaum eine Art von Unternehmen, Verbänden und Banken geben, die nicht irgendwann früher oder später mit China und/oder Chinesen in Kontakt kommt.

Dies betrifft Arbeitnehmer aller Branchen und Ebenen ebenso wie Unternehmer, Start-up-Gründer, Künstler, Journalisten und Politiker. Die Möglichkeiten eines direkten persönlichen Kontakts mit den Chinesen sind vielfältig. Arbeitsverhältnisse, Joint-Venture-Situationen, Verhandlungen, Arbeitsplatz-Aufbau und -Abbau, gute Mitarbeiter finden und binden spielen dabei eine genauso große Rolle wie F&E-Einheiten aufbauen und führen, Innovationen gemeinsam entwickeln und vermarkten, Unternehmensstrategien kennen und verstehen.

Chinesische Unternehmen sind weiterhin eifrig dabei, im deutschen Sprachraum, dem sogenannten DACH-Raum, also in der Schweiz, Österreich und Deutschland, mittelständische Unternehmen zu übernehmen oder sich an großen

börsennotierten DAX-Unternehmen zu beteiligen wie etwa Daimler.

Makro- wie Mikro-Ebene oszillieren dabei zwischen Wettbewerb und Kooperation und man ist sich nicht sicher, ob die neuen chinesischen ‚Partner‘ Konkurrenten oder wirkliche Partner sind.

Auf Drittmärkten in der ganzen Welt treffen deutsche Unternehmen regelmäßig auf chinesische Wettbewerber oder Mitbewerber oder sind gleich mit einem chinesischen Unternehmen zusammen im Drittmarkt aktiv. Egal ob Afrika, Lateinamerika, Südostasien oder andere asiatischen Märkte, Chinesen und damit die chinesische Kultur sind allgegenwärtig.

Für jede Branche und jede Unternehmensgröße ist es daher wichtig, ihre Mitarbeiter mit einem Toolkit, einer Art Werkzeugkasten, auszustatten, um sich in einer Vielzahl von Situationen kurzfristig zurechtfinden zu können. Nicht mehr, aber auch nicht weniger soll im Folgenden bereitgestellt werden, fundiert und praxisorientiert.

Berlin, Herbst 2020

Karl Pilny

Inhalt

Titelei

Impressum

Inhalt

Vorwort

1 Einführung

2 China Inc. 2.0

2.1 Der Weg zur Weltmacht

2.2 Ein europäischer Blick in die Geschichte Chinas

2.3 Chinas neue Ära

2.3.1 Macht stabilisieren

2.3.2 Industrie stärken

2.3.3 Auf eigenen Vorteil achten

2.3.4 Auf Zukunftstechnologien setzen

2.3.5 Macht ausbauen

2.4 Gesellschaft

2.4.1 Zwischen Aufstieg und Totalitarismus

2.4.2 Große regionale Unterschiede

2.5 Globalisierung

2.5.1 Herausforderung China

2.5.1.1 Triade USA – EU – China

2.5.1.2 Lautlose Eroberung?

2.5.1.3 Internationale Institutionen

2.5.2 Die neuen Seidenstraßen (BRI)

2.5.3 Megatrends und Zukunftsbranchen

2.5.3.1 Demografie

2.5.3.2 Urbanisierung

2.5.3.3 Immobilien

2.5.3.4 Smart Life 2030

2.6 Fazit

2.7 Epilog

3 Geplant zur Weltmacht

3.1 Ausgewählte Investitionen

3.2 Gezielt intervenieren

3.2.1 E-Mobilität

3.2.2 Hochgeschwindigkeitszüge

3.2.3 Währung

3.2.4 Tourismus

3.2.5 Globale Lieferketten

3.3 Innovation

3.3.1 Vom Imitator zum Innovator

3.3.1.1 Erstaunliche Aufholjagd

3.3.1.2 Adaption

3.3.2 Made in China 2025

3.4 Digitale Supermacht

3.4.1 „Digitaler Sozialismus“

3.4.2 „Neue Planwirtschaft“

3.4.3 Die totale Überwachung

4 Konfuzianismus und Co.

4.1 Im Zentrum steht der Mensch

4.2 An die Spitze der Welt

4.3 Die Renaissance

5 Verhandlungsstrategie(n)

5.1 Erfolgreich kommunizieren

5.1.1 Kontext und Subtext

5.1.2 Netzwerke und Guangxi

5.1.3 Das Gesicht wahren

5.1.4 Körpersprache

5.1.5 Die direkte, mündliche Kommunikation

5.1.6 Die Vermeidung von „nein“

5.1.7 Die Bedeutung des Vater-Sohn-Verhältnisses

5.1.8 Die Bedeutung des Senioritätsprinzips und die Stellung der Frau

5.1.9 Die ersten Kontakte

5.1.9.1 Begrüßung

5.1.9.2 Gemeinsames Essen

5.1.9.3 Verabschiedung

5.1.9.4 Visitenkarten

5.1.9.5 Korruption

5.1.9.6 Geschenke und Mitbringsel

5.2 Erfolgreich verhandeln

5.2.1 Fairplay

5.2.2 Drei Phasen der Verhandlung

5.2.2.1 Eröffnungsphase

5.2.2.2 Verhandlungsphase

5.2.2.3 Verhandlungsende

5.3 Erfolgreich sein

5.3.1 Sun Tzu und 36 Strategeme

5.3.1.1 Die Prinzipien des Sun Tzu

5.3.1.2 Die 36 Strategeme

5.3.2 Risiken

5.3.3 Chinesische Familienunternehmen

5.3.4 Partnerwahl

5.3.5 Essenz des Erfolgs

6 Normen und Regularien

6.1 Rechtsstaat und Reformen

6.1.1 Rechtsbewusstsein

6.1.2 Der Schutz geistigen Eigentums

6.1.3 Norm- und Gesetzgebung

6.1.4 Rechtsstaat und Reformen

6.1.5 Technische Normen

6.2 Recht

6.2.1 Rechtssystem und Rechtsgebiete

6.2.1.1 Chinesisches Zivilrecht

6.2.1.2 Das neue chinesische Zivilgesetzbuch

6.2.1.3 Internationales Recht

6.2.2 Rechtsverfolgung und Durchsetzung

6.2.3 Umgehung von Rechtsnormen

6.3 Gesetze

6.3.1 Relevante Rechtsgebiete

6.3.1.1 Zivilrecht

6.3.1.2 Öffentliches Recht

6.3.1.3 Arbeits- und Sozialversicherungsrecht

6.3.2 Wirtschaftsgesetze

6.3.2.1 Gesellschaftsrecht

6.3.2.2 Investitionsrecht

6.3.2.3 Steuerrecht

6.3.2.4 Gewerblicher Rechtsschutz

6.4 Aktuelle Änderungen

6.4.1 Auslandsinvestitionsgesetz (Foreign Investment Law)

6.4.2 Corporate-Social-Credit-System (CSCS)

6.4.3 Datenschutz und -transfer

7 Vertragsgestaltung

7.1 Musterverträge

7.2 Berater/Rechtsberater

8 Doing Business in China

8.1 Vertrieb

8.1.1 Handelsvertreter

8.1.2 Vertragshändler

8.1.3 Handelsgesellschaften

8.1.4 Der Weg über Hongkong

8.1.5 Management und Controlling

8.2 Zusammenarbeit mit Chinesen in China

8.3 Geschäftserfolg

8.3.1 Kosten optimieren

8.3.1.1 Einkauf

8.3.1.2 Logistik

8.3.1.3 Spesenabrechnungen

8.3.1.4 Reisekosten

8.3.1.5 Expatriates

8.3.1.6 Produktion

8.3.1.7 Sanierung und Schließung

8.3.1.8 Personalabbau

8.3.2 Gute Mitarbeiter finden und binden

8.3.3 Der Schutz geistigen Eigentums

8.3.3.1 Marktüberwachung

8.3.3.2 Markenanmeldungsstrategie

8.3.3.3 Take-Down-Verfahren

8.3.3.4 Schutzstrategien

8.3.3.5 Patentverletzungsklage

8.3.3.6 Schutzgegenstand

9 Die asia21 – Chinastrategie für den Mittelstand

10 Chinesisches Recht

11 Vertragsklauseln und Muster im Handelsrecht der Volksrepublik China – in englischer Sprache

12 Internationale Schiedsklauseln

12.1 Wesentliche Inhalte der Schiedsklausel

12.2 Musterschiedsklauseln

12.3 Schiedsinstitute

13 Deutsche Anwälte in Shanghai

14 Weitere wichtige Kontaktadressen

15 Symbole und Wortbedeutungen

16 Erfahrungsbericht: Arbeitsgerichtsverfahren in China

17 Literatur

18 Abkürzungen

Der Autor

TEIL I

Basiswissen

1 Einführung

Wir leben in einer historischen Zeitenwende. Der scheinbar unaufhaltsame Aufstieg Chinas zur globalen Supermacht lässt viele ein „chinesisches Jahrhundert“ befürchten.

Diese tektonische Plattenverschiebung geht Hand in Hand mit gewaltigen technischen Umwälzungen, die immer häufiger ihren Ursprung in China haben, das nun offen „seinen Platz an der Sonne“ geltend macht. Die Ablösung der gegenwärtigen Supermacht USA durch China und die Frage, ob dies friedlich geschehen wird, ist von zentraler Bedeutung. Die wachsende Rivalität ist vor dem Hintergrund eines noch größeren Trends zu sehen: 500 Jahre westliche Hegemonie neigen sich dem Ende zu, und Asien spielt bei der Ausgestaltung dieser neuen Normalität eine, wenn nicht gar die entscheidende Rolle.

Der Einfluss der USA in der Welt nimmt seit Jahren kontinuierlich ab. Damit geht auch das „US-amerikanische Zeitalter“ und mit ihm die alte atlantische Nachkriegsordnung ihrem Ende entgegen. China wird bis spätestens zum Ende dieses Jahrzehnts zur weltweit größten Volkswirtschaft aufsteigen, und sein immer selbstbewussteres Auftreten führt bereits jetzt zu Zerreißproben an vielen Fronten. Doch das Reich der Mitte ist auch der unerwartete, neue Champion von Freihandel, Klimaschutz und

einer nachhaltigen sharing economy und propagiert einen neuen Sozialismus chinesischer Prägung, ja einen neuen Menschen- und Gesellschaftsentwurf. China will und wird nicht nur wirtschaftlich und militärisch, sondern auch eine „digitale“ und „grüne“ Supermacht sein.



China dürfte bis spätestens zum Ende dieses Jahrzehnts zur größten Volkswirtschaft aufsteigen und könnte auch bei den Verteidigungsausgaben bis 2025 mit den USA gleichziehen.

Mit China steigt ein Staat in der weltwirtschaftlichen und weltpolitischen Hierarchie auf, der sich in Konkurrenz zum Westen zu einem ordnungspolitischen Modell für andere Staaten entwickeln könnte. China hat in den vergangenen dreißig Jahren ein erfolgreiches Entwicklungs- und Modernisierungsmodell geschaffen, das autoritäre politische Führung mit staatlich beaufsichtigtem Kapitalismus kombiniert.

Statt auf Marktwirtschaft setzen auch viele der Aufsteigerländer auf einen staatlich gelenkten Kapitalismus. Ihre Industriepolitik zeichnet sich durch die Dominanz von Staatsunternehmen und nationalen Champions aus. „Sovereign Wealth Funds“, Subventionen und Kapitalverkehrskontrollen sowie Wechselkursmanipulationen sind die wichtigsten Mittel einer solchen Strategie. Eine solche Wirtschaftspolitik zeigt nicht nur in China, sondern auch in einigen anderen autoritär regierten Ländern positive Ergebnisse, sodass sich hier nur wenig Druck in Richtung Demokratisierung und gesellschaftspolitischer Teilhabe entwickelt.

Die rapide Entwicklung in China verändert das globale Machtgefüge in vielerlei Hinsicht. Egal ob im Arbeitsmarkt, bei der Ressourcensicherheit oder im Wettbewerb um Talente: Die Bewältigung der großen deutschen Zukunftsaufgaben hängt maßgeblich von Ereignissen und Entscheidungen in China ab.



Die Entwicklung von mehr Asien- und Chinakompetenz und die Entwicklung und Umsetzung einer China- und Asienstrategie sind für Politik und Wirtschaft alternativlos. Für Deutschland ist insbesondere mit China ein formidabler Wettbewerber auf den Plan getreten, der die deutschen Paradedisziplinen massiv bedroht.

China will und wird bis Mitte des Jahrhunderts eine industrielle Supermacht werden – besonders bei der Digitalisierung und Automatisierung der industriellen Fertigung. Die Innovationsfähigkeit und das Technologieniveau der fertigenden Industrie sollen schlagartig erhöht werden. Elektronik sowohl von der Hardwareals auch von der Software-Seite zählt zu den Stärken Chinas; die Digitalisierung der Industrie, in Deutschland gern unter dem Schlagwort „Industrie 4.0“ gefasst, wird hier also vorangetrieben.

Die deutsche Wirtschaft wiegt sich in falscher Sicherheit und verweist gerne darauf, dass zum Beispiel die chinesische Automobilindustrie nach diversen Rückschlägen noch immer hinterherhinkt und nicht mit der deutschen mithalten kann.

Man sollte aber nicht vergessen, wie in den Siebzigerjahren japanische Autos belächelt wurden, was sich in den Achtzigerjahren mit koreanischen Autos wiederholte. Beide

Länder lernten schnell und wuchsen zu globalen Automobilmächten heran. Es gibt keinen Grund, warum sich das nicht in China wiederholen sollte. Das gilt auch für andere Bereiche wie Maschinenbau, Luft- und Raumfahrt und Biotechnologie. Bereits heute sind chinesische Smartphones von Huawei und Laptops von Lenovo Weltspitze.



In den letzten Jahren meldete China deutlich mehr Patente an als Deutschland und die USA zusammengekommen.

China hat gezielt in seine Technologieentwicklung investiert und bei seinen Patentanmeldungen einen gewaltigen Sprung gemacht. Häufig wird jedoch pauschal die Anzahl aller angemeldeten Patente angeführt, um die neue chinesische Stärke zu beschreiben. Aber sie allein sagt wenig aus, denn viele dieser Patente haben keinen großen Wert. Nur 5 Prozent der chinesischen Patente werden gleichzeitig in den USA und Europa eingereicht.

Zudem hat sich gezeigt, dass erfolgreiche Innovationen in China in der Regel nicht im Zusammenhang mit wissenschaftlicher Forschung und Technologie stehen, sondern mit nicht wissenschaftlichen Abläufen in der Wirtschaft und zum Beispiel die Effizienz der Verwaltung, den Kundendienst und das Produktdesign betreffen. Daraus abzuleiten, dass China noch eine weite Strecke vor sich hat auf dem Weg zu einem Innovationsland, ist aber voreilig.

Die Bertelsmann Stiftung hat in einer großen Studie zu „Weltklassepatente in Zukunftstechnologien“ 2020 festgestellt,

dass China noch keine große Rolle spielt bei den Patenten, die in ihren jeweiligen Technologien weltweit am wichtigsten sind. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie technologisch besonders relevant sind, eine breite Zahl an Märkten abdecken und häufig bei der Anmeldung anderer Patente zitiert werden. Das macht diese Weltklassepatente besonders aussagekräftig für die Innovationskraft von Ländern und Regionen.



Wind of Change

Nach der Eroberung der Solarbranche ist China nun auf Windkrafttechnologie fokussiert. Ein gutes Beispiel, um die Diskrepanz zwischen der Masse aller Patente und der Auslese der Weltklassepatente aufzuzeigen: Insgesamt gab es 2019 weltweit rund 40 000 Windkraftpatente, wovon 16 740 aus China kamen. Gemessen an ihrer Qualität und Relevanz zählte die Bertelsmann Stiftung allerdings nur 300 zu den Weltklassepatenten.

China hielt 2019 also rund 40 Prozent an den weltweiten Patenten in der Windkrafttechnologie insgesamt, der Anteil an den Weltklassepatenten war mit 6,6 Prozent allerdings deutlich niedriger.

Wenn man diese in Relation zu den Patenten insgesamt setzt, hat China in dieser Technologie eine Forschungseffizienz von 1,8 Prozent. Von der beeindruckend hohen Zahl der 16 740 Windkraftpatente Chinas kann man also 16 440 eigentlich vernachlässigen.

Zum Vergleich dazu kommt Deutschland 2019 auf 958 Weltklassepatente in der Windkraft – bei 3829 Patenten in dieser Technologie insgesamt.

Die Studie weist darauf hin, dass der reine Blick auf alle Patentanmeldungen die Innovationsstärke Ostasiens (China, Japan, Südkorea) überzeichnet. Dort werden zwar sehr viele Patente angemeldet, aber der Anteil der Weltklassepatente gemessen an allen Patenten liegt in den drei patentstärksten

Volkswirtschaften Ostasiens – China, Japan und Südkorea – in den meisten Jahren unter 10 Prozent. In den patentstärksten Staaten in Nordamerika sowie in Europa liegt er dagegen bei über 15 Prozent.

Gleichwohl holt Ostasien in riesigen Schritten auf, vor allem Südkorea und China haben in den vergangenen zehn Jahren in Sachen Patentqualität einen enormen Sprung nach vorne gemacht. 2019 rangierte China in 42 der 58 untersuchten Technologien unter den drei Ländern mit den meisten Spitzenpatenten. Noch 2010 war das Land nicht ein einziges Mal unter den Top 3 vertreten und 2000 kein einziges Mal unter den Top 5.

Die Vereinigten Staaten sind noch die unangefochtene „Patent-Supermacht“, doch die Dynamik Chinas lässt den Anteil der USA an Weltklassepatenten in nahezu allen Bereichen langsam schrumpfen. Gleichwohl ist der US-Vorsprung noch groß und die Stärke so breit verteilt, dass die Vereinigten Staaten mittelfristig die größte Patentmacht bleiben werden. In 50 von 58 Zukunftstechnologien verfügen die USA über die meisten Weltklassepatente. Besonders groß ist der Vorsprung in den Bereichen Gesundheit und Sicherheit. Auch in zentralen Querschnittstechnologien rund um das Thema Digitalisierung weisen die Vereinigten Staaten immer noch eine hohe Wachstumsdynamik auf und können als einzige Industrienation bei ganz neuen Technologien mit China mithalten.

Die Alarmglocken sollten jedoch in Deutschland schrillen. Das Land ist zwar immer noch die stärkste europäische Patentmacht, fällt aber weltweit allmählich zurück.



Gemessen an seiner Einwohnerzahl schlägt sich Deutschland nach wie vor beachtlich über nahezu die gesamte Breite der Technologien. Der Anspruch, eine führende Technologienation zu sein, gerät allerdings immer stärker unter Druck.

Gehörte Deutschland 2010 in 47 der 58 Technologien noch zu den drei Nationen mit den meisten Weltklassepatenten, hat sich dieser Anteil 2019 auf 22 Technologien mehr als halbiert. Diese Entwicklung betrifft auch Deutschlands traditionelle Stärken in den Bereichen Industrie und Mobilität. Zudem trägt das Bild eines „grünen Deutschlands“ nicht länger, denn im Bereich Umwelt oder auch bei den für die Energiewende wichtigen alternativen Energieträgern spielt die Musik immer mehr in Ostasien, vor allem China.

Die Kombination von systematischer Innovationspolitik, die sich in der staatlichen Gründung von Hunderten von exzellenten Hochschulen und Forschungszentren zeigt, und finanzieller Unterstützung aus dem wachsenden privaten Sektor führt aufgrund der schieren Masse der Absolventen und der Institute zu einer erhöhten Wahrscheinlichkeit wissenschaftlichen Fortschritts. Das Paradebeispiel ist die Anzahl der Ingenieure:



In Deutschland treten pro Jahr rund 70 000 Ingenieure in den Arbeitsmarkt ein, in China sind es rund 700 000. Selbst wenn nur die Hälfte dieser 700 000 Weltmarktniveau erfüllen sollten, sind sie eindeutig in der Mehrheit.

Trotz steigender Sozial- und Lohnkosten in China werden auch künftig Produktionskostenvorteile weiterhin bestehen bleiben: Somit ist die Gefahr groß, dass Produkte von ähnlicher Qualität wie in Deutschland in doppelter Menge zum halben Preis in China produziert und von dort exportiert werden können.

Die erfolgreiche Attacke auf die deutschen Vorzeigebereiche Maschinenbau und Automobilbau ist bereits in vollem Gange. Der chinesische Maschinenbau wächst seit einigen Jahren mit 4 bis 5 Prozent pro Jahr, die Industrialisierung der Landwirtschaft sorgt für einen anhaltend hohen Bedarf an Agrar- sowie Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen. Zugleich schreitet die Entwicklung zu einem modernen Industriestandort mit großem Tempo voran.

Deswegen ist es umso wichtiger, dass deutsche Unternehmen, die im Maschinen- und Anlagenbau erfolgreich sind, ihren chinesischen Kunden nicht nur langlebige Produkte verkaufen, sondern ebenso erstklassigen After-Sales-Service im Angebot haben. Es versteht sich von selbst, dass die Produkte dem lokalen Markt angepasst, also weder overengineered noch veraltet sind.

Was Elektrofahrzeuge angeht, wurde Deutschland schon 2015 von China überholt. Nach den Plänen der chinesischen

Regierung sollen bis Ende 2020 rund 5 Millionen Elektrofahrzeuge auf den Straßen Chinas rollen. In keinem anderen Politikfeld hat der Fünfjahresplan so konkrete Ziele festgeschrieben wie im Umweltbereich.

Dabei geht es nicht nur um die Reduzierung des Schadstoffausstoßes, sondern um eine umfassende Verbesserung der gesamten Lebensqualität, insbesondere die Reduzierung bis hin zur Eliminierung von Verschmutzung von Luft, Böden und Gewässern. Die Politik der Regierung wird sich in den nächsten Jahren in diesem Punkt eher noch intensivieren. Noch haben chinesische Unternehmen einen technologischen Rückstand.

Die Größe des Landes und die Größe der Probleme bergen deshalb – zumindest derzeit – attraktive Möglichkeiten für deutsche Firmen, die Umwelttechnologie, erneuerbare Energien und Reinigungstechnologie anbieten können. Filteranlagen, Sensoren, Wasseraufbereitungsanlagen werden langfristig in großer Menge gebraucht werden. Die Chancen für deutsche Unternehmen in China sind darum trotz aller Herausforderungen weiterhin gut.



Deutschland und China sind so eng miteinander verbunden und wechselseitig abhängig wie noch nie.

China ist der größte Handelspartner Deutschlands auf der Welt und Deutschland ist der größte Handelspartner Chinas in Europa. 2019 belief sich der bilaterale Güterhandel auf 206 Milliarden Euro. Der Handel mit China wuchs seit 2010 rasch und das ist für das Exportland Deutschland wichtig.

VW verkauft in China über 40 Prozent seiner gesamten Automobile weltweit und macht im weltgrößten Automarkt ein Drittel seines Gesamtumsatzes und die Hälfte seines Gesamtgewinns.

Zwei Drittel aller 30 DAX-Unternehmen haben eine ungewöhnlich hohe Abhängigkeit vom chinesischen Markt, geradezu ein China-Syndrom. Mehr als 8000 deutsche Unternehmen mit rund 35 000 deutschen Experten sind in China tätig, wohingegen in Deutschland auch schon 1000 chinesische Unternehmen aktiv sind mit stark wachsender Tendenz. Das führt dazu, dass über 150 000 Chinesen in Deutschland leben. 2016 ist alleine in Frankfurt am Main die Zahl der Chinesen mit Erstwohnsitz von zehn auf 14 000 angewachsen. Über 8000 Deutsche studieren in China, wohingegen über 50 000 Chinesen an deutschen Hochschulen studieren. In den letzten Jahren kamen über 1,5 Millionen chinesische Touristen nach Deutschland, und auch die Zahl der Deutschen, die in China Urlaub machen, ist auf über eine Million angestiegen. Durch die Corona-Krise hat diese Tourismuswelle natürlich zunächst einen dramatischen Einbruch erlitten.

Noch nie in der Geschichte war Deutschland China so verbunden, nie so abhängig voneinander wie heute: China von Technologie aus Deutschland und Deutschland vom Markt in China.

Beide Volkswirtschaften ergänzen sich im Sinne einer internationalen Arbeitsteilung: Deutschlands Stärke liegt im verarbeitenden Gewerbe wie Automobilindustrie, Maschinenbau, elektrische und elektronische Industrie sowie Chemie- und Pharmaindustrie. China befand und befindet sich in der Hochindustrialisierungsphase. So ist China mithilfe von deutschen Ausrüstungen „Werkbank“ der Welt geworden und hat

eine starke Zulieferindustrie für Autoherstellung zum Teil auch für deutsche Hersteller aufgebaut. China ist ein gewaltiger und weiterhin schnell wachsender Markt und verfügt über relative billige, gut qualifizierte Arbeitskräfte. Der dadurch entstandene Skaleneffekt macht China als Standort für Produktion in Großmengen weiterhin attraktiv.

Mit dem Versuch Chinas, sein industrielles und technologisches Niveau anzuheben und Technologien aus dem Ausland in Schlüssel- und neu aufstrebenden Sektoren durch einheimische zu ersetzen, wird China allerdings zunehmend nicht nur Partner, sondern auch Wettbewerber für Deutschland. Die Güterstruktur für Exporte beider Länder ähnelt sich immer mehr und schafft Kooperationsmöglichkeiten etwa bei Robotik, Automatisierung und Digitalisierung.

Doch weiterhin sind das Land und seine Bewohner den meisten Deutschen ein Rätsel. Das Bild Chinas, das durch die deutschen Medien geprägt wird, ist meist einseitig. Im Land des Lächelns verbirgt man seine wahren Gefühle, isst viele Nudeln und hat sich durch Fleiß einen gewissen Wohlstand erarbeitet.

In der Regel fokussieren sich die Medien auf die negativen Aspekte wie zum Beispiel Menschenrechte, Raubbau an der Umwelt, systematischen Technologieklau, mangelnde Demokratie und die Gefahren durch einen erwachenden Militarismus, verbunden mit einer massiven Aufrüstung. Ein neuer Kalter Krieg zwischen China und den USA, massive Spionagetätigkeit und ein totaler Überwachungsstaat runden das Bild ab. Noch in den Neunzigerjahren war die Berichterstattung deutlich positiver und fokussierte auf die Chancen durch den Aufstieg Chinas und die enormen Leistungen der Regierung, die