



https://www.dihk.de/ressourcen/downloads/aktionsplan-china.pdf/at_download/file?mdate=1543836319966

DIHK-Aktionsplan China 2019+ Chinas neue Rolle in der Welt – die Chancen nutzen

China ist der wichtigste Handelspartner für die deutsche Wirtschaft. Angesichts des gestiegenen Selbstbewusstseins Chinas und des aktuellen Handelskonflikts zwischen China und den USA wird die deutsche Wirtschaft zunehmend in Richtung zu einer „Entweder USA oder China“-Entscheidung gedrängt. Der DIHK plädiert für ein nachdrückliches „Sowohl-als-auch“. Bis dato ist die deutsche Volkswirtschaft hervorragend damit gefahren, die sich bietenden Chancen auf möglichst vielen Märkten des Globus zu ergreifen. Die Erfolge im internationalen Geschäft sind Ergebnis einer breiten weltweiten Aufstellung und Risikodiversifizierung. Außerdem können Prozesse und Entwicklungen in anderen Ländern nur dann mitgestaltet werden, wenn durch Handel und Investitionen Kontakte und Vertrauen zwischen den Akteuren vorhanden sind. In Bezug auf China gilt es, die Chancen, die in Chinas weiterer wirtschaftlicher Entwicklung liegen, im Interesse der deutschen Wirtschaft zu ergreifen – ohne die Herausforderungen außer Acht zu lassen. Wir werben dafür, vorhandene Kontakte zu vertiefen und zu nutzen.

1) Ausgangslage im Jahr 2018

Die „Neue Normalität“

Die deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen befinden sich in einer Phase der „Neuen Normalität“, um Staatspräsident Xi Jinping zu zitieren. China ist auf der einen Seite ein wichtiger, strategischer Partner der deutschen Wirtschaft: Für eine Mehrheit der international tätigen Unternehmen zählt China zu den Top 3-Märkten bezüglich Umsatz, Gewinn und Investitionen – wie aktuelle DIHK/AHK-Befragungen zeigen. Für eine zunehmende Anzahl der Unternehmen ist China mittlerweile der wichtigste Markt – das geben 15 Prozent der Unternehmen an.

Auf der anderen Seite entwickelt sich China zu einem immer stärkeren Wettbewerber der deutschen Wirtschaft. So fanden in den vergangenen dreißig Jahren enorme Verschiebungen der internationalen Warenströme statt. China stieg als Werkbank der Welt zum global wichtigsten Exporteur auf. Dabei erhöhte das Land seine Anteile am Welthandel vor allem zu Lasten Japans, Deutschlands und der USA. Die Marktanteilsgewinne Chinas zeigen sich in allen Kernbranchen der deutschen Exporte. Auf Unternehmensebene haben sich viele chinesische Unternehmen zu ernst zu nehmenden Wettbewerbern entwickelt: Laut der Geschäftsklimaumfrage der AHKs in China sind 35 Prozent der deutschen Unternehmen in China davon überzeugt, dass chinesische Konkurrenten in den nächsten fünf Jahren zu Innovationsführern in ihren jeweiligen Industrien aufsteigen könnten.

Die groß angelegte Belt and Road-Initiative sowie die Erschließung von Drittmärkten im Entwicklungs- und Schwellenlandbereichs – vornehmlich Afrikas und Südamerikas verdeutlichen die geopolitische Rolle der chinesischen Wirtschaft. Neben dieser neuen Konkurrenz auch auf Drittmärkten bieten sich gleichwohl auch vielfältige Kooperationspotenziale für die deutsche Wirtschaft.

„Neue Normalität“ bedeutet auch, Chinas Industriepolitik im Blick zu haben. Mit dem WTO-Beitritt (2001) verpflichtete sich China, einen fairen und regelbasierten Wettbewerb anzuerkennen und selbst mitzugestalten. Chinas wirtschaftlicher Aufstieg fordert diesen Auftrag heutzutage umso mehr ein als noch zum Zeitpunkt des WTO-Beitritts, als China noch eindeutig ein Schwellenland war. Aktuell setzt China einen solchen erhofften Wettbewerb jedoch noch nicht um: Vielfach wird durch eine gesteuerte Industriepolitik, durch Subventionen und verwehrtter Marktzugangsreziprozität Wettbewerb verzerrt. Angesichts der Marktgröße Chinas und der Bedeutung des Landes in der Weltwirtschaft hat das Auswirkungen auf viele Marktteilnehmer weltweit. Diese Punkte gilt es im Dialog mit China zu adressieren und mit eigenen – europäischen – Strategien darauf zu reagieren. Wichtig ist dabei auch immer eine selbstkritische Haltung einzunehmen: Ein offeneres China einzufordern, muss als Deutschland und Europa heißen, selbst offen zu bleiben.

Herausforderungen im Chinageschäft vor Ort

In China ist die beeindruckende Zahl von 5.200 deutschen Unternehmen mit eigenen Vertriebsstrukturen und Produktionsstätten aktiv – die vor Ort für rund 1,1 Mio. Menschen Arbeitsplätze bieten. Die Geschäfte der deutschen Unternehmen in China laufen aktuell gut bis sehr gut, wie die Geschäftsklimaumfrage der AHKs in China zeigt. Doch auch nach 40 Jahren Reform- und Öffnungspolitik existieren aus Sicht der deutschen Unternehmen in China weiterhin eine Reihe von Hindernissen im Bereich der Marktöffnung. Nach wie vor wird der Marktzugang über einen Investitionskatalog und eine Negativliste (welche festlegt, in welchen chinesischen Industriezweigen ausländische Unternehmen nicht investieren dürfen) gesteuert. Gleichbehandlung bei Investitionen in China ist damit noch nicht gegeben.

Positive aktuelle Entwicklungen bei der Marktöffnung in Bereichen wie der Automobilindustrie stehen noch immer regulatorische Hürden in für die deutsche Wirtschaft bedeutsamen Technologien entgegen. Beispiele sind Regeln im Bereich New Energy Vehicles oder beim Autonomen Fahren. Auch stehen Ankündigungen von Reformen zur Marktöffnung, wie z.B. im Finanzbereich oft in Diskrepanz zu deren Umsetzung, z.B. tatsächliche Lizenzgewährungen. Die deutsche Wirtschaft vor Ort stößt sich oft – das verdeutlichen die Umfragen der AHKs in China – an administrativen Hürden, unklaren regulatorischen Bestimmungen, an einem eingeschränkten Internetzugang oder an einer allgemeinen Rechtsunsicherheit. Wenn es um das Thema Innovation, Forschung und Entwicklung geht, sollte zudem der positive Trend zur Verbesserung des Schutzes geistigen Eigentums und zur Verhinderung von ungewolltem Technologietransfer gestärkt werden.

Chancen nutzen

Das Adressieren dieser Herausforderungen für die deutschen Unternehmen vor Ort darf keinesfalls darüber hinwegtäuschen, dass China für die Vielzahl der deutschen Unternehmen der wichtigste Wachstumsmarkt bleiben wird. Anhaltspunkte für deutsch-chinesische Wirtschaftskooperationen bieten in China die Megatrends und auch die Strategien der chinesischen Regierung. Einige relevante Megatrends sind:

- die aufsteigende Mittelschicht und ihre zunehmende Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Produkten (Konsum von Bedarfs- und Luxusgütern);
- die demographische Entwicklung mit einem steigenden Anteil älterer Menschen (Medizin und Gesundheit, Mobilität);
- die voranschreitende Urbanisierung (Bauwirtschaft, Mobilität, Ressourcen, Umweltschutz inkl. Boden/Luft/Wasser/Abwasser);
- der steigende Energieverbrauch sowie Energie- und Rohstoffsicherheit (Energieeffizienz, erneuerbare Energien, Abfall- und Kreislaufwirtschaft);
- die Digitalisierung der Wirtschaft und der Gesellschaft.

Übergeordnete Ziele der chinesischen Regierung sind dabei die Umstrukturierung hin zu einer nachhaltigen und innovativen Dienstleistungsgesellschaft sowie die Internationalisierung, d.h. die Steigerung der Marktdurchdringung auf Drittmärkten. Zur Erreichung dieser Ziele gibt es folgende Strategien der chinesischen Regierung, die sich auch im 13. Fünfjahresplan wiederfinden:

- Made in China 2025
- Internet Plus
- Healthy China 2030
- Seidenstraße (Belt and Road Initiative)

Das oben beschriebene Spannungsfeld zwischen Wettbewerb und Marktchancen ist von unabdingbarer Wichtigkeit für die zukünftige Entwicklung der deutschen Wirtschaft. Die IHK-Organisation bringt dabei ihre Präsenz in den Wirtschaftsregionen Deutschlands ebenso ein wie die AHKs mit ihren 10 Standorten (Peking, Shanghai, Guangzhou, Hangzhou, Qingdao, Taicang, Chengdu, Shenzhen, Tianjin und Shenyang) in Festland China.

Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, das Augenmerk in der Arbeit der Kammerorganisation zukünftig noch stärker auf Potenziale in und mit China zu lenken. Das IHK/DIHK/AHK-Netzwerk definiert die im Folgenden dargestellten Aktionsfelder für die Weiterentwicklung der deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen. Unsere Vorschläge werden wir auch in die Diskussion mit dem Asien-Pazifik-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (APA) einbringen. Gleichzeitig werden wir die verschiedenen Chancen und Herausforderungen intensiv gegenüber der Politik, den Unternehmen und der Öffentlichkeit unterstreichen.

II) Aktionsfelder

1.) Aktionsfeld „Handelspolitik“

Ausgangslage: China ist seit 2001 WTO-Mitglied, hat jedoch einige Verpflichtungen seines Beitrittsprotokolls immer noch nicht umgesetzt, etwa im Bereich Preiskontrolle, Transparenz und Notifizierungen. Im Fokus der Kritik stehen intransparente und diskriminierende Subventionen von Staatsbetrieben, die unter anderem auch zu den weltweiten Stahlüberkapazitäten beitragen. Konventionelle Handelsbarrieren werden durch diskriminierende Zulassungsvorschriften ersetzt und der Joint-Venture-Zwang bleibt oftmals bestehen. Anlass zu großer Sorge bieten auch die nicht marktgerechten Preise für „Zwangslizenzen“ sowie die Vorgehensweise bei Ausschreibungen im Rahmen von Seidenstraßen-Projekten.

Für den Beitritt Chinas zum WTO-Beschaffungsabkommen (für den sich China im Zuge des WTO-Beitritts verpflichtete) steht ein realistisches chinesisches Angebot seit Jahren weiter aus. Genauso wäre ein Durchbruch im EU-China Investitionsschutzabkommen dringend nötig. Umso wichtiger ist es, die WTO als gemeinsame Basis weiterzuentwickeln. Hier sollten China und die EU gemeinsam mit einer starken Stimme den Multilateralismus vertreten. Im Bereich e-Commerce gibt es für ein plurilaterales Abkommen viele gemeinsame Schnittmengen, die in der WTO vorangetrieben werden sollten. Die WTO funktioniert schließlich nur mit den USA und China gemeinsam.

Maßnahmen:

Sei es bei der europäisch-chinesischen Arbeitsgruppe zur Weiterentwicklung der WTO, der Verhandlung von bilateralen EU-Freihandelsabkommen oder dem Austarieren von Mitgestaltungsmöglichkeiten bei der chinesischen „Belt and Road Initiative“ – das IHK/DIHK/AHK- Netzwerk ist bewusst europäisch und multilateral. Gemeinsam mit den IHKs werden neben öffentlichen Diskussionen und Konferenzen auch Workshops und exklusive Gesprächskreise mit hochrangigen deutschen, europäischen und chinesischen Regierungsvertretern und Experten durchgeführt, um direkten Einfluss auf die Stärkung der multilateralen Institutionen zu nehmen. In China selbst wird die wirtschaftspolitische Arbeit der AHKs, insbesondere in Peking, gestärkt.

2.) Aktionsfeld „Chinesische Investitionen in Deutschland – Made in China 2025“

Ausgangslage:

Gemäß Chinas Strategie „Made in China 2025“ soll der Anteil chinesischer Hersteller von „Kernkomponenten und wichtigen Werkstoffen“ in zehn Schlüsselsektoren auf dem heimischen Markt bis 2025 auf 70 Prozent erhöht werden. Mit Investitionen in Milliardenhöhe will China zu einem Hightech-Produzenten werden. Das schließt die Marktführerschaft in Bereichen ein, auf denen heute das Wachstum vieler Industrieländer beruht:

Informations- und Kommunikationstechnologie, Robotik, CNC-Maschinen, Luft- und Raumfahrt, Meerestechnik, Schienenfahrzeuge, Schiffsbau, Kfz mit alternativem Antrieb, autonomes Fahren, Ausrüstungen zur Stromerzeugung, moderne Agrartechnologie, neue Materialien, Biopharmazeutika sowie Medizintechnik. Zur Umstellung der heimischen Industrieproduktion ist China an deutscher Spitzentechnologie interessiert. Entsprechende chinesische Investitionen in Deutschland nahmen in den letzten Jahren deutlich zu.

Die intensive öffentliche Diskussion findet dabei in einem wirtschaftspolitischen Spannungsfeld statt. Auf der einen Seite ist die deutsche wie die europäische Wirtschaft auf offene Grenzen, den Schutz des Eigentums sowie die Kapitalverkehrsfreiheit angewiesen. Unternehmerinnen und Unternehmer müssen rechtmäßig erworbenes Eigentum auch veräußern können dürfen. Auf der anderen Seite steht der berechtigte Schutz der öffentlichen Sicherheit und Ordnung bei der Übernahme durch ausländische Investoren.

Maßnahmen:

- a) Begleitung der gesetzgeberischen Maßnahmen auf EU-Ebene und in Deutschland.
- b) Intensives Werben für ein dringend nötiges Investitionsschutzabkommen zwischen der EU und China.

3.) Aktionsfeld „Innovation“

Ausgangslage:

China ist längst nicht mehr verlängerte Werkbank, sondern steigt zunehmend zum weltweiten Innovationsführer auf – gemäß der Strategie „Made in China 2025“: Jeden Tag erblicken in China mehr als 10.000 Start-ups das Licht der Welt. China exportiert mehr High-Tech-Güter als Textilien und Schuhe. Jeder fünfte Internetnutzer kommt aus China. Beim Thema Künstliche Intelligenz nimmt China weltweit – auch im Wettbewerb mit den USA – eine Spitzenposition ein. Im Bereich Innovation liegt auch zukünftig enormes Kooperationspotenzial für die deutschen Unternehmen.

Maßnahmen:

- a) AHK Innovation Hub: Der DIHK eröffnete im Mai 2018 im Beisein von Bundeskanzlerin Merkel einen sogenannten „AHK Innovation Hub“ in Shenzhen, dem Innovationszentrum Chinas. Ziel dieses Hubs ist es, die Innovationsszene in China konsequent zu verfolgen und marktnahe, aktuelle Informationen der deutschen Wirtschaft zur Verfügung zu stellen. Dieses Technologiescouting für deutsche Unternehmen soll auch an den Standorten Peking und Shanghai aufgebaut werden, um die verschiedenen Innovationscluster Chinas abzudecken.
- b) IHK-Innovationsroadshow China 2019: Weiterhin plant der DIHK in Zusammenarbeit mit den IHKs und den AHKs in China eine „Innovationsroadshow China 2019“ in Deutschland. Damit sollen interessierten deutschen Unternehmen die Chancen in der deutsch-chinesischen Zusammenarbeit beim Thema Innovation aufgezeigt werden.

4.) Aktionsfeld „Neue Seidenstraße“

Ausgangslage: Die 2013 von Chinas Staatspräsident Xi Jinping ins Leben gerufene Initiative „Neue Seidenstraße“ ist eine großangelegte wirtschaftliche, geopolitische und diplomatische Initiative Chinas, von der deutsche Unternehmen mit ihrem Know-how und ihrer internationalen Erfahrung profitieren können. Die eurasische Region umfasst 65 Länder mit rund 60 Prozent der Weltbevölkerung und 30 Prozent des globalen BIP. Nach chinesischen Angaben unterstützen aktuell rund 70 Länder die Initiative. Über 50 Länder haben Kooperationsvereinbarungen unterzeichnet. Laut der Geschäftsklimaumfragen der AHKs in China ist ein Drittel der befragten Firmen bereits bei der Umsetzung von entsprechenden Projekten aktiv oder plant dies in naher Zukunft.

Chancen für die deutsche Wirtschaft ergeben sich laut der Befragungen vor allem bei einer Reihe geplanter Infrastrukturprojekte, wie dem Ausbau von Häfen, den Schienen-, Straßen- und Energienetzen. Dies gilt insbesondere für Zulieferer und Qualitätsmanager, für den Technologiebereich, Ingenieurdienstleistungen und für den Maschinen- und Anlagenbau.

Entscheidend für erfolgreiche deutsch-chinesische Kooperationen auf diesem Feld sind der offene Zugang zu öffentlichen Aufträgen, keine zusätzlichen bürokratischen Hürden für deutsche Unternehmen sowie das Einhalten von Sozial- und Umweltstandards. Weiterhin ist das Thema „Normen und Standards“ für die deutsche Wirtschaft von hoher Bedeutung.

Maßnahmen:

a) AHK-Umfrage zu Beteiligungsmöglichkeiten: Von den 140 AHK-Standorten in 92 Ländern befindet sich ein gutes Drittel im eurasischen Raum. Diese AHKs analysieren vor Ort bereits Beteiligungsmöglichkeiten deutscher Unternehmen an der „Neuen Seidenstraße“. Im Jahr 2019 plant der DIHK, mit den jeweiligen AHKs gezielte Befragungen von deutschen Unternehmen in den einzelnen Ländern zu bereits bestehenden Projekten sowie zu Beteiligungsmöglichkeiten durchzuführen.

b) IHK-Roadshow zur Seidenstraßeninitiative: In diesem Jahr führte der DIHK in Kooperation mit vielen IHKs eine Belt and Roadshow durch, um deutschen Unternehmen umfangreiche Informationen über Chinas Wirtschaftsinitiative sowie Projektbeispiele zwischen Eurasien und Deutschland von Unternehmern aus der Region vorzustellen. Auch im Jahr 2019 ist eine solche Roadshow geplant.

5.) Aktionsfeld „Kooperationen auf Drittmärkten“

Ausgangslage: China wird zunehmend zum Wettbewerber deutscher Firmen auf Drittmärkten. Aktuell weitet China sein Engagement in der Welt mit massiven Infrastrukturinvestitionen vor allem in Afrika aus. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie Deutschland mit dieser Dynamik umgeht – versteht es China als Konkurrenten, als Wegbereiter oder als Kooperationspartner?

Maßnahmen:

a) Informationen zu trilateralen Kooperationen: In diesem Jahr veröffentlichte der DIHK in Zusammenarbeit mit Germany Trade and Invest eine Studie „China in Afrika“. Ein zentrales Ergebnis dieser Studie ist, dass eine große Zahl der befragten deutschen Unternehmen sich für trilaterale Kooperationen ausspricht. Die befragten chinesischen und afrikanischen Betriebe begrüßen mehr Kontakte zu deutschen Unternehmen und einen engeren Austausch. Dementsprechend wird das IHK/DIHK/AHK-Netzwerk spezifisches Informationsmaterial zu möglichen trilateralen Kooperationen auf dem afrikanischen Kontinent bereitstellen.

b) Vernetzung zur Kooperation auf Drittmärkten: Gemeinsam mit den IHKs und Institutionen der deutschen Außenwirtschaftsförderung werden ab 2019 in einer Workshop-Reihe deutsche Akteure mit Interesse an und Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit chinesischen Partnern vernetzt, um so auch gemeinsam erfolgreich auf Drittmärkten agieren zu können.

6.) Aktionsfeld „Kommunikation“

Ausgangslage: Die „Neue Normalität“ bedeutet, dass China für die deutsche Wirtschaft Partner und Wettbewerber zugleich ist. Dabei gilt es einerseits, immer wieder die Tatsache zu adressieren, dass China zunehmend zum Konkurrenten für deutsche Unternehmen wird und dabei eine eigene Industriepolitik verfolgt. Gleichzeitig ist es elementar, öffentlichkeitswirksam immer wieder auch die Chancen in der deutsch-chinesischen Zusammenarbeit zu betonen. China ist und bleibt für die deutsche Wirtschaft einer der wichtigsten Absatz- und Investitionsmärkte weltweit.

Maßnahmen:

a) In den deutschen und chinesischen Medien wird das IHK/DIHK/AHK-Netzwerk die auf Basis der dargestellten Aktionsfelder herausgearbeiteten Chancen unter angemessener Berücksichtigung von Risiken öffentlichkeitswirksam vermarkten. Die existierenden konkreten Herausforderungen für deutsche Unternehmen auf dem chinesischen Markt werden wir zudem insbesondere über die deutschen und die europäischen Handelskammern in China adressieren.

b) Im Rahmen von (Branchen)Veranstaltungen und bei Messeauftritten wird das IHK/DIHK/AHK-Netzwerk Kooperationspotenziale aufzeigen und konkrete Kooperationsprojekte befördern.

7.) Aktionsfeld „Engagement bei Plattformen und Dialogforen“

Ausgangslage: Auf Basis der skizzierten Trends, Ziele und Strategien Chinas ist es wichtig, für jede Branche auf deutscher und chinesischer Seite die Potenziale zur Zusammenarbeit konkret auszuloten. Dazu gibt es zwischen Deutschland und China bereits eine Reihe von Plattformen und Dialogforen. Während der Regierungskonsultationen wurden zahlreiche Abkommen geschlossen, u.a. zu Mobilitäts- und Kraftstoffstrategien, zu

nachhaltiger Landwirtschaft und zu einem innovativen Gesundheitssystem. An existierenden Plattformen sind beispielhaft zu nennen: Plattform 4.0, Plattform Innovation, Deutsch-Chinesisches Zentrum für Nachhaltige Entwicklung, Umweltpartnerschaft.

Maßnahmen:

- a) Das IHK/DIHK/AHK-Netzwerk wird sich verstärkt bei den bestehenden Plattformen und Dialogforen engagieren.
- b) Die Informationen und Ergebnisse aus den Dialogforen werden systematisch über das IHK/DIHK/AHK-Netzwerk an die deutsche Wirtschaft kommuniziert und daraus ggf. Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Fazit

China und Deutschland verbindet eine einzigartige Erfolgsgeschichte. Aufbauend auf der Expertise des IHK/DIHK/AHK-Netzwerks stellt der DIHK Aktionsplan China 2019+ die wichtigsten Aktionsfelder dar, welche von strategischer Bedeutung für die Ausgestaltung der zukünftigen deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen sind. Dazu gilt es, Chancen und Herausforderungen mit Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit intensiv zu diskutieren. Das IHK/DIHK/AHK-Netzwerk wird sich hierbei engagieren. Ganz nach dem Motto „nicht nur drüber reden, sondern machen,“ sollen die verschiedenen Maßnahmen dieses Aktionsplans einen Beitrag dazu leisten, dass auch die kommenden Kapitel der deutsch-chinesischen Geschichte erfolgreich sind.

Berlin, 27. November 2018