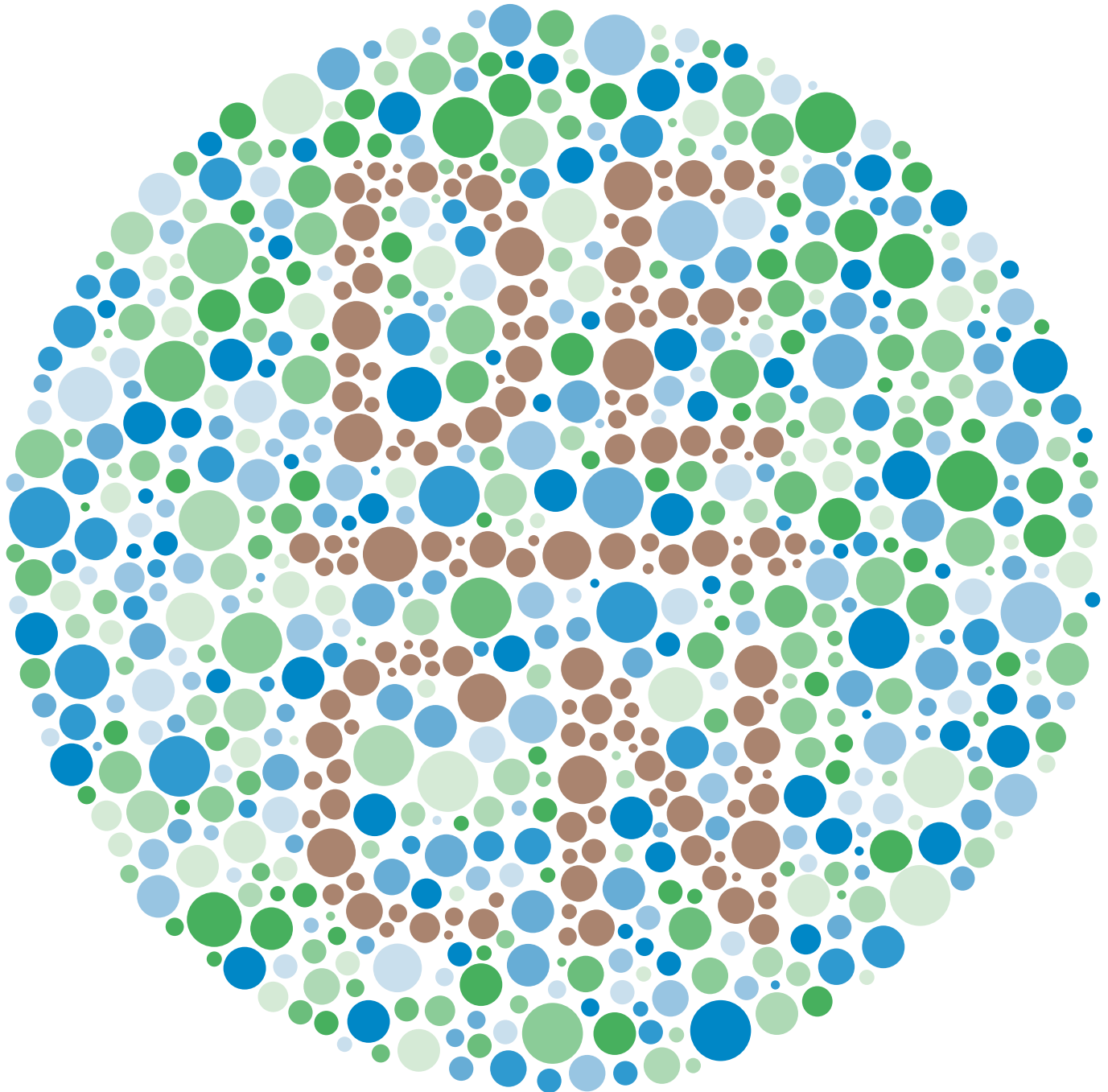

Deutschland und China – Wahrnehmung und Realität

Die Huawei-Studie 2014



Blau bedeutet: Was denken Deutsche über Chinesen?



Deutsche Bevölkerung
2014: n = 1 000
2012: n = 1 000



Deutsche politische Entscheider
2014: n = 100
2012: n = 80



Deutsche Wirtschaftsentscheider
2014: n = 200
2012: n = 170

Eine Kontur beziehungsweise n. e. (nicht erhoben) bedeutet, dass die Frage entweder in dem jeweiligen Land, in bestimmten Befragungsgruppen oder im Jahr 2012 nicht gestellt wurde.

Rundungsbedingt addieren sich alle Prozentwerte in Grafiken, Diagrammen und Tabellen auf $\pm 100\%$.

Grün bedeutet: Was denken Chinesen über Deutsche?



Chinesische Bevölkerung
2014: n = 1 000
2012: n = 1 319



Chinesische politische Entscheider
2014: n = 100
2012: n. e.



Chinesische Wirtschaftsentscheider
2014: n = 200
2012: n. e.

Eine Kontur beziehungsweise n. e. (nicht erhoben) bedeutet, dass die Frage entweder in dem jeweiligen Land, in bestimmten Befragungsgruppen oder im Jahr 2012 nicht gestellt wurde.

Rundungsbedingt addieren sich alle Prozentwerte in Grafiken, Diagrammen und Tabellen auf $\pm 100\%$.

Deutschland und China –
Wahrnehmung und Realität
Die Huawei-Studie 2014

In Zusammenarbeit mit
GIGA German Institute of Global and Area Studies
und TNS Emnid

1.	Vorworte	
	Michael Clauss, Deutscher Botschafter in der Volksrepublik China	008
	Shi Mingde, Chinesischer Botschafter in der Bundesrepublik Deutschland	009
	Toni Cheng	010
	Prof. Dr. Patrick Köllner	011
2.	Studienergebnisse 2014 im Überblick	
	Executive Summary	014
3.	Methodik	
3.1	Studiendesign: Befragung	020
3.2	Studiendesign: Medienanalyse	022
4.	Allgemein: Interessen und Kenntnisse	
4.1	Spontanassoziationen und Interesse	026
4.2	Landeskenntnisse	030
4.3	Kontakt zum anderen Land	032

5.	Politik und Staat		6.5	Markenimage und -bekanntheit	122
5.1	Ergebnisse im Überblick	039	6.5.1	Wahrnehmung	122
5.1.1	Befragung	039	6.5.2	Chinesische Marken – hohe Marktpräsenz, aber Imageprobleme	127
5.1.2	Medienanalyse	040			
5.2	Politisches System	042	6.6	Gastbeitrag: Dr. Theo Sommer	
5.2.1	Wahrnehmung	042		Raketensatz in der obersten Leitung: Anmerkungen zum friedlichen	
5.2.2	Chinas politisches System: Ein Modell sui generis?	044		Aufstieg Chinas	132
5.3	Staat und Gesellschaft	050	6.7	Gastbeitrag: Dr. Martin Brudermüller	
5.3.1	Wahrnehmung	050		Fürsprecher füreinander – Impuls für neue Sichtweisen	136
5.3.2	Wandel von Staat und Gesellschaft im Internetzeitalter	056			
5.4	Internationaler politischer Kontext	062	7.	Gesellschaft und Kultur	
5.4.1	Wahrnehmung	062	7.1	Ergebnisse im Überblick	143
5.4.2	China in der Weltpolitik: Aktiver Mitgestalter oder passiver Beobachter?	065	7.1.1	Befragung	143
5.5	Bilaterale politische Beziehungen	070	7.1.2	Medienanalyse	144
5.5.1	Wahrnehmung	070	7.2	Landeskultur und Mentalität	146
5.5.2	China, Deutschland und die Welt: Strategische Partnerschaften	073	7.2.1	Wahrnehmung	146
5.6	Gastbeitrag: Prof. Dr. Eberhard Sandschneider		7.2.2	China und Deutschland im Kulturvergleich	148
	China besser verstehen hat oberste Priorität für den Westen	076	7.3	Gesellschaftlicher Wandel	154
5.7	Gastbeitrag: Prof. Dr. Katja Levy		7.3.1	Wahrnehmung	154
	Zur Deutung der chinesischen Politik – für differenziertere Analysen und		7.3.2	Soziale und demografische Perspektiven	157
	weniger Wortgeklapper	078	7.4	Bildung	166
			7.4.1	Wahrnehmung	166
			7.4.2	Leistungsdruck und Bildungserfolg	168
6.	Wirtschaft und Innovation		7.5	Einstellung zur anderen Kultur	174
6.1	Ergebnisse im Überblick	083	7.5.1	Wahrnehmung	174
6.1.1	Befragung	083	7.5.2	Zwischen Begeisterung und Distanz	175
6.1.2	Medienanalyse	084	7.6	Gastbeitrag: Britta Heidemann	
6.2	Internationale und bilaterale Wirtschaftsbeziehungen	086		Brücken bauen – Grenzen überwinden	178
6.2.1	Wahrnehmung	086			
6.2.2	Chinas Aufstieg – Auslöser für hohe Erwartungen und Verdrängungsängste	089	8.	Quellen und Autoren	
6.3	Innovation	104		Abbildungsverzeichnis	182
6.3.1	Wahrnehmung	104		Quellenverzeichnis	185
6.3.2	Zwischen Imitation und Innovation	106		Vorstellung der Autoren	194
6.4	Produktqualität	116		Impressum	195
6.4.1	Wahrnehmung	116			
6.4.2	Zwischen Hightech- und Problemprodukten	118			

1.

Vorworte

Michael Clauss Deutscher Botschafter in der Volksrepublik China

China ist heute der wichtigste politische, wirtschaftliche und kulturelle Partner Deutschlands in Asien. Mit kaum einem Land außerhalb Europas haben wir eine so umfassende Partnerschaft aufgebaut. Deutschland ist zum wichtigsten Partner Chinas in Europa geworden.

Politisch zeigt sich das enge Beziehungsgeflecht an den 2011 vereinbarten und jährlich stattfindenden deutsch-chinesischen Regierungskonsultationen. Dabei sprechen wir als strategische Partner die ganze Palette der für uns zukunftssträchtigen Themen an, von Außenpolitik über Energie, Klima, Urbanisierung, Elektromobilität bis hin zu beruflicher Bildung. Unsere Beziehungen sind dabei so eng, dass wir auch schwierigere Themen wie etwa Menschenrechte oder Medienfreiheit ansprechen können.

Wirtschaftlich sind China und Deutschland füreinander die wichtigsten Wirtschaftspartner in Asien und Europa. Unser bilaterales Handelsvolumen ist seit 1972 um mehr als das 300-fache auf über 140 Mrd. EUR angewachsen. Deutsche Unternehmen investieren seit langem erfolgreich in China. Mittlerweile investiert auch China in Deutschland: 17 % aller chinesischen Neuanmeldungen zwischen 2008 und 2012 entfielen auf Deutschland – damit steht Deutschland weltweit an der Spitze. Chinesische Investitionen sind in Deutschland hochwillkommen und unterliegen keinen besonderen Beschränkungen. Dagegen gibt es in China noch gewisse Beschränkungen beim Marktzugang für ausländische Unternehmen. Hier erwarten wir, dass diese im Zuge der Umsetzung der gerade beschlossenen Wirtschaftsreformen sukzessive abgebaut werden.

Um die vertrauensvollen Beziehungen zwischen unseren Ländern dauerhaft zu festigen, wollen wir uns auch auf der Ebene der Bürger näherkommen. Ich freue mich, dass wir in den letzten Jahren ein sehr dichtes und tragfähiges Netz von Kontakten zwischen Schulen, Universitäten, Städten, Parteien, Stiftungen und anderen Organisationen geknüpft haben.

Die vorliegende Studie zeigt, dass wir zwar schon einiges erreicht haben, aber auch noch Arbeit vor uns liegt. Die Umfrageergebnisse zeichnen ein Bild voneinander, das teilweise noch durch Stereotype und geringe Kenntnisse der Entwicklungen im jeweils anderen Land geprägt ist. Wir müssen deshalb den Austausch weiter intensivieren, um Unkenntnis und Vorbehalte abzubauen. Diese Anstrengungen sind es wert, denn in der globalen Welt ist China unser Weggefährte und enger Partner geworden.

Michael Clauss
Botschafter der
Bundesrepublik Deutschland
in der Volksrepublik China



Shi Mingde Chinesischer Botschafter in der Bundesrepublik Deutschland

Vor über 40 Jahren haben die Volksrepublik China und die Bundesrepublik Deutschland diplomatische Beziehungen aufgenommen. Während dieses Zeitraums ist das Verhältnis unserer Länder eng und freundschaftlich geworden. Ich selbst habe seit 1972 insgesamt über 20 Jahre in Deutschland gelebt und durch meine Arbeit hautnah miterleben und mitgestalten dürfen, wie sich die Beziehungen zu einer strategischen Partnerschaft zum Vorteil beider entwickelt haben.

Bundeskanzlerin Angela Merkel gratulierte als erste Regierungschefin dem neuen Ministerpräsidenten Li Keqiang im März letzten Jahres. Im Gegenzug besuchte Ministerpräsident Li im Mai 2013 auf seiner ersten Auslandsreise Deutschland als einziges Land der Europäischen Union. Auch wirtschaftlich sind unsere bilateralen Beziehungen äußerst erfolgreich und tragen zum Wohlstand des jeweils anderen Partners bei. So wuchsen die deutschen Investitionen in China zuletzt um rund 60 Prozent, die chinesischen in Deutschland um 30 Prozent. Auch die Beziehungen zwischen unseren Kulturnationen werden immer vielfältiger, wie das chinesische Kulturjahr 2012 und das chinesisch-deutsche Sprachenjahr 2013/2014 zeigen.

Trotz des engen Verhältnisses und eines großen Interesses für das Land und die Kultur des anderen ist das Chinabild von vielen Deutschen und das Deutschlandbild vieler Chinesen noch von einigen Stereotypen geprägt. Gerade Wissenslücken bieten dabei auch stets Raum für Missverständnisse.

Huawei hat mit seiner 2012 erstmalig erschienenen Studie einige Missverständnisse, Klischees und Vorurteile auf beiden Seiten identifiziert und wissenschaftlich eingeordnet. Die vorliegende Arbeit bildet die Grundlage für einen sachlichen interkulturellen Dialog und für einen vertiefenden Austausch zwischen beiden Ländern. Ich freue mich, dass die Studie in diesem Jahr eine Fortsetzung findet und wünsche viel Freude bei der Lektüre.

Shi Mingde
Botschafter der Volksrepublik
China in der Bundesrepublik
Deutschland



Toni Cheng

Nicht zuletzt durch Erfahrungen in der täglichen Arbeit motiviert, haben wir im Jahr 2012 die erste Huawei-Studie durchgeführt. Wir haben damit das Ziel verfolgt, erstmalig und systematisch die gegenseitige Wahrnehmung von Deutschen und Chinesen zu erfassen. Gleichzeitig wurden durch die Gegenüberstellung von Fakten bestehende Klischees im gegenseitigen Miteinander herausgearbeitet.

Als größtes chinesisches Unternehmen in Deutschland – Huawei ist seit 2001 auf dem deutschen Markt tätig und beschäftigt inzwischen über 1700 Mitarbeiter an 18 Standorten – sehen wir es auch als unsere Verantwortung an, den deutsch-chinesischen Dialog und ein gegenseitiges Kennenlernen der Länder und Kulturen zu fördern.

Das durchweg positive Feedback auf unsere erste Studie hat uns veranlasst, in diesem Jahr eine neue – erweiterte und tiefergehende – Studie vorzulegen. Auch diese Studie arbeitet wieder interessante Ergebnisse wie auch bestehende Klischees heraus.

Interessant fanden wir u. a., dass mehr als die Hälfte der befragten Deutschen das chinesische Wirtschaftswachstum als wichtig für die deutsche Konjunktur empfinden. Gleichzeitig schätzen inzwischen mehr Deutsche die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen zu China als wichtiger ein als zu den USA.

Auch dass die jüngeren Befragten ein differenzierteres und positiveres Bild von China haben als die älteren, ist ein zentrales Ergebnis der vorliegenden Studie. Die Jüngeren haben aufgrund häufigerer persönlicher Erfahrungen und Berührungspunkte weniger Sorgen bezüglich der fremden Kultur sowie einer möglichen wirtschaftlichen Bedrohung für Deutschland. Vielmehr sind sie optimistischer als die älteren Befragten bezüglich der These, dass beide Länder von einer technologischen Zusammenarbeit profitieren.

Wir sind davon überzeugt, dass sich das Chinabild in Deutschland durch die stetig intensiver werdenden Beziehungen beider Länder auch weiter verändern wird.

Mit der Huawei-Studie wollen wir diese Entwicklung begleiten und dokumentieren sowie als Unternehmen einen Beitrag für einen sachlichen und faktenbelegten Dialog liefern.

Toni Cheng
Chief Executive Officer
Huawei Deutschland



Prof. Dr. Patrick Köllner

Chinas (Wieder-)Aufstieg und die Entwicklungen im Land selbst rufen eine Vielfalt von Gefühlen hervor. China vermag zu faszinieren, zu erstaunen, gar zu begeistern. Es kann aber auch Besorgnis erregen, Entrüstung hervorrufen und Abneigung auslösen. Angesichts der Größe und Komplexität des „Reichs der Mitte“ braucht diese emotionale Gemengelage nicht weiter zu überraschen.

Problematischer ist denn auch vielmehr, dass die öffentliche Wahrnehmung Chinas den dortigen Gegebenheiten und Dynamiken deutlich hinterherhinkt. Stereotype Vorstellungen und verallgemeinernde Sichtweisen („die Chinesen ...“) sind weiterhin verbreitet in Deutschland – wie übrigens auch umgekehrt. Hier setzt die Huawei-Studie an; sie will die beiderseitigen Sichtweisen systematisch und kontinuierlich erfassen und einen Beitrag zum differenzierten Verständnis des jeweils anderen Landes leisten.

Das GIGA Institut für Asien-Studien freut sich, an der Studie mitwirken zu können. Als wissenschaftlicher Partner gestalten wir die Umfragen mit, ordnen deren Ergebnisse in ihren jeweiligen Kontext ein und liefern ergänzende Einschätzungen. Wir glauben, dass wir hierzu einen besonderen Auftrag haben: In erster Linie, weil die intensive Beschäftigung mit China bereits seit 1956, dem Gründungsjahr unseres Regionalinstituts (das damals noch als Institut für Asienkunde firmierte), zu den Grundkonstanten unserer Arbeit zählt. Auch sind wir überzeugt, dass die vergleichende Perspektive, welche die Tätigkeit des GIGA prägt, dem wir seit 2006 angehören, unseren Blick auf die Volksrepublik noch geschärft hat. Last but not least ist das GIGA als Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft dem Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis und damit dem Wissenstransfer in eine breite Öffentlichkeit verpflichtet. Auch in diesem Sinne wünschen wir den Leserinnen und Lesern der Studie eine anregende und erkenntnisreiche Lektüre.

Prof. Dr. Patrick Köllner
Direktor des Instituts für
Asien-Studien im GIGA
German Institute of Global
and Area Studies / Leibniz
Institut für Globale und
Regionale Studien



2.

Studienergebnisse 2014
im Überblick

Executive Summary

Chinas globaler Aufstieg hat die deutsch-chinesischen Beziehungen grundlegend verändert. Als zweitgrößte Wirtschaftsmacht und bilateral als strategischer Partner in Wirtschaft und Politik hat sich Chinas Relevanz für Deutschland kontinuierlich erhöht. Die neue Partnerschaft auf Augenhöhe spiegelt sich u. a. in den 2011 ins Leben gerufenen Regierungskonsultationen wider. Obwohl die deutsch-chinesischen Beziehungen damit eine neue Qualität aufweisen, zeigt die Befragung in Deutschland ein Chinabild, das vielfach von alten Klischees und Stereotypen geprägt ist. Durch die Differenzierung nach soziodemografischen Merkmalen innerhalb der verschiedenen Befragungsgruppen zeigt die Studie jedoch gleichzeitig auch Unterschiede in der Wahrnehmung. So haben beispielsweise viele jüngere Befragungsteilnehmer ein positiveres Chinabild als ältere, und Befragungsteilnehmer mit Chinakennntnissen beurteilen das Land weitaus differenzierter als solche ohne entsprechende Kenntnisse. Die Analyse des GIGA Instituts für Asien-Studien greift die zentralen Aussagen der Befragung auf und bietet Hintergrundinformationen und Erklärungen. So hat der wirtschaftliche und gesellschaftliche Wandel in China zur Entwicklung hybrider Systemstrukturen geführt, die ein sehr komplexes und mitunter widersprüchliches Bild ergeben. Dies macht es erforderlich, dass die vielfältigen Entwicklungsstränge systematischer untersucht werden.

Die vorliegende Studie zum Chinabild in Deutschland und zur Wahrnehmung Deutschlands in China basiert auf der Befragung von 2 600 Personen (jeweils 1 000 aus der Bevölkerung, je 200 Wirtschaftsentscheider und je 100 politische Entscheider beider Länder). Ähnlich wie in der im Jahr 2012 durchgeführten Huawei-Studie zielt auch diese darauf, die Einschätzungen der Menschen zu Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in China und Deutschland mit Blick auf das andere Land kennenzulernen. Komplementär zur Darstellung der Befragungsergebnisse bietet die vorliegende Huawei-Studie 2014 eine wissenschaftliche Analyse und Interpretation der Entwicklungen zu den wichtigsten Themen der Befragung.

In Ergänzung zur Befragung wurde auch für die Huawei-Studie 2014 eine Analyse der China- und Deutschlandberichterstattung in den nationalen Printmedien durchgeführt. China erfährt in der Berichterstattung der deutschen Medien eine quantitativ hohe Beachtung. Der Fokus liegt dabei überwiegend auf wirtschaftlichen und politischen Themen, während kulturelle und gesellschaftliche Themen wenig aufgegriffen werden. In China berichten die Medien dagegen zu allen Themenbereichen mit nahezu gleicher Intensität – allerdings fällt die Berichterstattung quantitativ geringer aus. Mit Blick auf die Themenfelder Menschenrechte und Rechtsstaat überwiegen in den deutschen Medien kritische, negative Darstellungen. Die Berichterstattung zur chinesischen Außenpolitik hingegen ist überwiegend neutral oder, in konkreten Einzelfällen, durchaus positiv. Bedrohungsszenarien sind in der Medienberichterstattung jedoch weiterhin weit verbreitet. In den deutschen Medien wird Chinas wirtschaftlicher Aufstieg überwiegend positiv und vor allem als Chance dargestellt. Während über die Innovationsentwicklung in China kaum berichtet wird, dominieren

Medienberichte über Probleme bei der Qualität chinesischer Produkte, die das Markenimage beeinflussen. In China berichten die Medien über kulturelle und gesellschaftliche Entwicklungen in Deutschland deutlich positiver als umgekehrt. Chinesische Medien vermitteln in ihren Beiträgen ein ausgesprochen traditionelles Bild von Deutschland.

Politische Beziehungen:
Strategische Partnerschaft und
Systemkonkurrenz

Bedrohungsperzeptionen sind in der Bewertung der chinesischen Politik durch die Befragten in Deutschland weiterhin omnipräsent. China wird als Gegenmodell zu westlich-liberalen Systemen verstanden. Dass China in den Jahren seit Beginn der Reform- und Öffnungspolitik einen Wandel durchlaufen hat, der zwar nicht zu einer Systemtransformation, wohl aber zu Modifikationen und sektoralen Adjustierungen geführt hat, wird hierbei oft ausgeblendet. Während die Wahrnehmung der chinesischen Politik durch Negativimages wie Rechtsunsicherheit und Menschenrechtsverletzungen geprägt ist, ist das chinesische Deutschlandbild von „positiven“ Stereotypen und idealisierten Wunschbildern geprägt. In beiden Fällen besteht eine hohe Diskrepanz zwischen Perzeption und einer sich beständig weiter wandelnden politischen Realität, die sich in ihrer Komplexität nicht als Schwarz-Weiß-Bild darstellen lässt.

China und Deutschland werden als Systemkonkurrenten betrachtet, zugleich aber sind sie strategische Partner in einer globalen Welt. Viele Herausforderungen wie Klimaschutz oder die Bekämpfung des weltweiten Terrorismus lassen sich nicht national lösen. Während auf der einen Seite von der VR China¹ die Übernahme von mehr Aufgaben erwartet wird, löst doch zugleich die verstärkte Sichtbarkeit der VR China neue Bedrohungsperzeptionen aus. Der weitere Ausbau der strategischen Partnerschaft wird damit von einem Chinabild überschattet, das nicht aus der Analyse der Gegenwart, sondern weitgehend aus der Fortschreibung von Grundmustern des maoistischen Chinas abgeleitet worden ist.

1 VR China (Volksrepublik
China)

Wirtschaftliche Beziehungen:
Konkurrenten und
Kooperationspartner

China wird in Deutschland als neue Weltwirtschaftsmacht wahrgenommen. Dem Land wird eine Schlüsselrolle für die eigene und internationale Entwicklung zugewiesen. Ein Großteil der Befragten beurteilt die deutsch-chinesische Wirtschaftsbeziehung sogar als wichtiger als die zu den USA. Der Aufstieg Chinas löst allerdings Ängste aus. Befürchtet wird, dass chinesische Unternehmen deutsche Unternehmen auf den einheimischen und internationalen Märkten verdrängen. Tatsächlich ist China in nahezu allen Marktsegmenten zu einer ernsthaften Konkurrenz geworden, und die gegenseitige Abhängigkeit ist gestiegen. Die höhere Wettbewerbsfähigkeit Chinas bietet neue Chancen der Kooperation, erfordert jedoch geeignete Rahmenbedingungen. Dies trifft vor allem für die technologische Zusammenarbeit zu. Hier zeigt die Perzeptionsanalyse die Befürchtung in Deutschland, dass vor allem China von der bilateralen technologischen Zusammenarbeit profitiert.

China setzt verstärkt auf Innovation statt Imitation und investiert zunehmend in Forschung und Entwicklung. Die Fortschritte bei der Ausweitung der Innovationskapazitäten, bei der

Veröffentlichung wissenschaftlicher Artikel und Patente stellen das bestehende Chinabild infrage. Der stärkste Widerspruch zwischen Wahrnehmung und Realität wird bei der Einschätzung der Qualität chinesischer Produkte in der Befragung in Deutschland deutlich. Auf China entfällt bereits rund ein Viertel der globalen Exporte von Spitzentechnik, und die Ausfuhren nach Deutschland werden durch hohe Anteile von Elektronikprodukten bestimmt. Trotzdem dominiert die Sicht, dass chinesische Unternehmen nur Massenprodukte herstellen, überwiegend vom Westen kopieren und die Qualität der Produkte mangelhaft ist. Probleme mit Produktqualität und -sicherheit im chinesischen Markt bestimmen offensichtlich die Wahrnehmung der Befragten in Deutschland. Damit entspricht diese zumindest teilweise der Realität, müsste aber stärker nach Produktsegmenten diversifiziert werden. Zweifel an der Produktqualität und die Tatsache, dass chinesische Unternehmen kaum Markenmanagement betreiben haben, beeinträchtigen das Markenimage chinesischer Produkte. Nur wenige Unternehmen bzw. Marken aus China sind in Deutschland bekannt, obwohl einige chinesische Unternehmen bereits durch hohe Produkt- und Servicequalität weltweit, speziell auch in Deutschland, erfolgreich sind.

Im Gegensatz zum teilweise sehr kritischen Chinabild in Deutschland zeigt die Befragung in China eine überwiegend positive Bewertung der wirtschaftlichen Stärke Deutschlands, der Innovationskraft, Produktqualität und Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen. Allerdings wird Deutschland keine vergleichbar bedeutende Rolle für die chinesische Wirtschaft eingeräumt, wie dies umgekehrt der Fall ist.

Kulturelle Beziehungen:
Faszination und Fremdheit

China verfügt über eine sehr lange Kulturgeschichte, die viele Menschen in Deutschland fasziniert. Auch wenn China zunehmend westliche Kulturelemente absorbiert hat und derzeit ein tiefgreifender gesellschaftlicher Wandel stattfindet, herrscht in Deutschland ein relativ homogenes Chinabild vor. Dies ist bestimmt durch Merkmale wie Höflichkeit, Familien- und Gemeinschaftssinn sowie Friedfertigkeit gepaart mit einer ausgeprägten Hierarchieorientierung. Diese Wahrnehmung stimmt weitgehend mit den traditionellen philosophisch-religiösen Wertevorstellungen Chinas überein, jedoch nur begrenzt mit der heutigen gesellschaftlichen Realität. Das Interesse an der fernöstlichen Kultur allein führt allerdings nicht automatisch zu einer kulturellen Nähe. Nach wie vor wird deshalb die chinesische Kultur in Deutschland als fremd, komplex und teilweise widersprüchlich wahrgenommen. Aber die Befragungsergebnisse deuten auch auf neue Entwicklungen hin. So zeigt die jüngere Generation deutlicher weniger Berührungsängste gegenüber der chinesischen Kultur als die ältere. In der Wahrnehmung Deutschlands in China spielen ebenfalls traditionelle Werte in der Kultur eine prominente Rolle. Darüber hinaus wird die gesellschaftliche Entwicklung Deutschlands als sehr positiv bewertet, insbesondere das deutsche Bildungssystem, obwohl es im internationalen Vergleich eher mittelmäßig abschneidet.

3.

Methodik

Konzeption der Befragung und Veränderungen zur Studie 2012

In der zweiten Ausgabe der Studie wurden geringfügige methodische Veränderungen vorgenommen. In Zusammenarbeit mit TNS Emnid konnten erstmals auch politische Entscheider und Wirtschaftsentscheider in China befragt werden. Dadurch werden in diesem Jahr die erhobenen Wahrnehmungsdaten deutscher Entscheider durch den Vergleich mit China komplettiert.

Des Weiteren wurden die Fragebögen für politische Entscheider und Wirtschaftsentscheider gekürzt und inhaltlich den soziodemografischen Besonderheiten der Gruppen angepasst, um die anvisierten Nettostichprobengrößen zu erreichen.

Der Fragebogen der Studie ist in fünf inhaltliche Blöcke gegliedert: (1) Assoziationen, Interessen und Kenntnisse, (2) Politik und Staat, (3) Wirtschaft und Innovation, (4) Kultur und Gesellschaft und (5) Fragen zur Soziodemografie.

Die Definition der Grundgesamtheiten ist bei komparativen Studien auch von kulturellen und technischen Faktoren abhängig: So ist die Distributionsdichte von Telefonanschlüssen in China nur bei der Bevölkerung in Großstädten gegeben, sodass CATI-Verfahren (Computer Assisted Telephone Interviews) dementsprechend nur in urbanen Räumen durchgeführt werden können.

Abb. 3.01 Methodensteckbrief: Befragung

Studiendesign der deutschen Befragungsgruppen

Studiendesign der chinesischen Befragungsgruppen

1 Zufallsstichprobe aus der institutseigenen Datenbank von TNS Emnid

	Deutschland			China		
Stichprobengröße zum Vergleich: 2012	1 000	100	200	1 000	100	200
Auswahlverfahren	RDD	TNS ¹	TNS ¹	RDD	TNS ¹	TNS ¹
Methode	CATI	CATI	CATI	CATI	CATI	CATI
Fragebogenlänge	25 min.	15 min.	15 min.	20 min.	15 min.	15 min.
Befragungszeitraum	09.09. bis 30.09.13	09.09. bis 30.09.13	09.09. bis 30.09.13	27.10. bis 28.10.13	08.10. bis 04.11.13	08.10. bis 04.11.13

1 Zur Vereinfachung werden die Daten der Befragungsgruppe „Bevölkerung“ im Text mit „die Deutschen“ bzw. „die Chinesen“ ausgewiesen. Aus Gründen der Repräsentativität werden die drei Befragungsgruppen stets getrennt.

Bestimmte Fragen, wie zur Demokratiebewegung, sind ferner ausschließlich der deutschen Bevölkerung¹ gestellt worden, um aktuellen Themen und landesspezifischen Entwicklungen Raum zu geben. Im Vergleich zur Erhebung 2012 wurde der Fragebogen durch die Veränderungen sowohl erweitert als auch modifiziert, wodurch nicht alle Daten dieser Ausgabe mit denen von 2012 verglichen werden können.

In der Studie werden in der Printversion nicht alle Daten vollständig abgebildet. Eine umfassende Tabellendokumentation aller Befragungsgruppen, inklusive Aufschlüsselung zu den soziodemografischen Variablen, kann online unter www.huawei-studie.de heruntergeladen werden.

Abb. 3.02 Grundgesamtheiten

Definition der Grundgesamtheiten der deutschen Befragungsgruppen

Definition der Grundgesamtheiten der chinesischen Befragungsgruppen

1 Anshan, Chengdu, Datong, Guangzhou, Jiayang, Jiujiang, Mianyang, Peking, Shanghai, Shenyang, Tangshan, Weihai, Wuhan, Wuxi, Xiamen, Xi'an, Xuchang, Zhaoqing, Zhuzhou

Icon	Gruppe	Definition der Grundgesamtheit
	Bevölkerung	Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 18 Jahren in Privathaushalten
	Politische Entscheider	Bundes- und Landtagsabgeordnete sowie politische Amtsinhaber auf Bundes- und Landesebene und kommunaler Ebene
	Wirtschaftsentscheider	Führungskräfte aus Unternehmen verschiedener Größe der Privatwirtschaft

Icon	Gruppe	Definition der Grundgesamtheit
	Bevölkerung	Chinesische Wohnbevölkerung ab 18 Jahren in Großstädten (innerhalb 19 verschiedener Großstädte ¹)
	Politische Entscheider	Direktoren, Abteilungsleiter und Büroleiter aus den staatlichen Bereichen: Regierung und lokale Verwaltung
	Wirtschaftsentscheider	Führungskräfte und Entscheidungsträger aus Unternehmen verschiedener Eigentumsformen

Konzeption der Medienanalyse und Veränderungen zur Studie 2012

Die Medienanalyse ist mit der zweiten Ausgabe der Studie ebenfalls weiterentwickelt und als quantitative Inhaltsanalyse in Zusammenarbeit mit Ausschnitt Medienbeobachtung durchgeführt worden. Ziel war es herauszufinden, wie die deutsche bzw. chinesische Presse politische, wirtschaftliche und kulturelle Themen zu China bzw. Deutschland wahrnimmt, aufbereitet und bewertet. Hintergrund ist die Annahme, dass die Wahrnehmung und das Bild von China bzw. Deutschland in allen Befragungsgruppen maßgeblich durch die mediale Berichterstattung beeinflusst werden.

Im Fokus der Medienanalyse stehen drei Aspekte – Schwerpunktthemen, Detailthemen und Frames –, die jeweils in Umfang, Inhalt und Tendenz untersucht wurden:

- I. Die Präsenz der drei Schwerpunkte Politik und Staat, Wirtschaft und Innovation sowie Gesellschaft und Kultur in der jeweiligen Presselandschaft sowie das Verhältnis zu- und untereinander.
- II. Die Verteilung der Detailthemen innerhalb der drei Schwerpunkte sowie deren Tonalität (z. B.: Wie viel berichten chinesische Zeitungen über Umweltpolitik in Deutschland und wie wird diese wahrgenommen und bewertet?).
- III. Die Rahmung von Themen durch eine bestimmte Sichtweise – im weiteren Verlauf „Frames“ genannt (z. B.: Wird China, bezüglich Umweltpolitik, als Bedrohung oder Chance wahrgenommen?).

Ziel der Zusammenstellung konkreter Medientitel für die Stichprobe war es, trotz kultureller Unterschiede und verschiedener nationaler Mediensysteme ein umfangreiches Bild der jeweiligen Presselandschaft abzubilden. Für Deutschland wurden, entsprechend ihrer bundesweiten Relevanz, die wichtigsten meinungsbildenden Printmedien ausgewählt: die fünf auflagenstärksten überregionalen Qualitätszeitungen, die Bild als größte Boulevardzeitung, das Handelsblatt als auflagenstärkste Wirtschaftszeitung, sowie Nachrichtenmagazine und Wochenzeitungen.

Für China wurden die nationalen Tageszeitungen People’s Daily und Beijing Youth Daily, die auflagenstarken Tageszeitungen Beijing Evening News, Yangcheng Evening News, Wenhui Daily und Oriental Morning Post sowie die englischsprachige Boulevardzeitung Global Times ausgewählt. Ergänzt wurden diese durch die Wirtschaftszeitung 21st Century Business Herald sowie die Wirtschaftsmagazine Caijing, Economic Observer und die Wochenzeitung Nanfang Weekly (auch als „Southern Weekly“ bekannt). Die anvisierte Stichprobengröße konnte hier jedoch nicht durchgängig erreicht werden, da einige der Medientitel nicht genügend Berichte über Deutschland veröffentlichten.

Abb. 3.03
Methodensteckbrief:
Medienanalyse

Studiendesign der Analyse der deutschen Presseberichterstattung

Studiendesign der Analyse der chinesischen Presseberichterstattung

	Deutschland	China
Methode	Quantitative Inhaltsanalyse	Quantitative Inhaltsanalyse
Untersuchte Presstitel	Überregionale Tageszeitungen: Süddeutsche Zeitung (sz), Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), Frankfurter Rundschau (FR), Handelsblatt, Die Tageszeitung (taz), Bild, Die Welt Nachrichtenmagazine: Der Spiegel, Focus, Stern Wochenzeitung: Die Zeit	Chinesische Tageszeitungen: Beijing Evening News, Beijing Youth Daily, Caijing, Economic Observer, Global Times, Nanfang Weekly, Oriental Morning Post, People’s Daily, Wenhui Daily, Yangcheng Evening News, 21st Century Business Herald
Untersuchungszeitraum	Artikel aus dem Zeitraum vom 01.07.2012 bis 30.06.2013	Artikel aus dem Zeitraum vom 01.07.2012 bis 30.06.2013
Aufgreifkriterium	Im Artikel ist „China“ bzw. „chines...“ genannt	Im Artikel ist „Deutschland“ bzw. „deutsch...“ genannt
Stichprobengröße	Für Tageszeitungen: 200 Artikel pro Titel, für Wochenzeitungen und Nachrichtenmagazine 100 Artikel pro Titel Nettostichprobe: 1759 Artikel	Anvisiert: 100 Artikel pro Titel (insg. 1000 Artikel) Nettostichprobe: 764 Artikel
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe	Zufallsstichprobe
Reliabilität	.96,7 (Gesamtkoeffizient)	.96,8 (Gesamtkoeffizient)

4.

Allgemein:
Interessen und Kenntnisse

4.1

Spontanassoziationen und Interesse

Was verbinden Deutsche mit China, woran denken Chinesen beim Stichwort Deutschland und wie stark ist das gegenseitige Interesse aneinander?

Abb. 4.01a
Spontanassoziationen
(Mehrfachantworten)
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Was fällt Ihnen spontan
ein, wenn Sie an China
denken?



37 %
Wirtschaftsmacht
2012: 28



20 %
Bevölkerungswachstum
2012: 25



15 %
Kommunismus
2012: 10



15 %
Chinesische Mauer
2012: 15



14 %
Chinesisches Essen
2012: 17



14 %
Menschenrechtsmissachtung
2012: 16



12 %
Großes/weites Land
2012: 14



12 %
Diebstahl von Ideen
2012: 8



8 %
Billigprodukte
2012: 7



5 %
Ein-Kind-Politik
2012: 4

Abb. 4.01b
Spontanassoziationen
(Mehrfachantworten)
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (CN):
Was fällt Ihnen spontan ein,
wenn Sie an Deutschland
denken?



60 %
Wirtschaftsmacht
2012: 16



38 %
Automobilindustrie
2012: 23



19 %
Bier
2012: n.e.



19 %
Industrie/Technologie
2012: n.e.



12 %
Charaktereigenschaften
2012: 5



11 %
Deutsche Produkte
2012: 6



10 %
Umwelt und Natur
2012: 2



10 %
Fußball
2012: 9



10 %
Essen/Lebensmittel
2012: n.e.



7 %
Zweiter Weltkrieg
2012: 10

Abb. 4.02
Gegenseitiges Interesse:
Reiseland
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wie groß ist Ihr Interesse
an China als Reiseland?

Fragstellung (CN):
Wie groß ist Ihr Interesse an
Deutschland als Reiseland?

(1) sehr großes Interesse
(5) kein Interesse
weiß nicht/keine Angabe

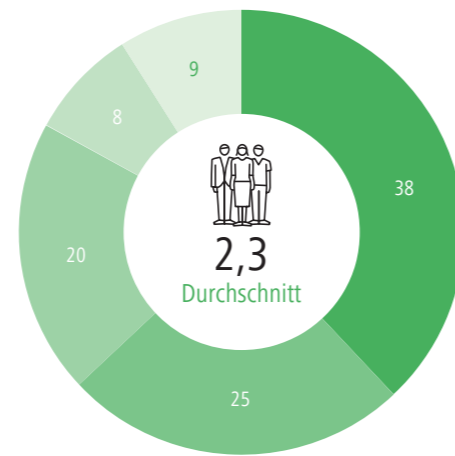
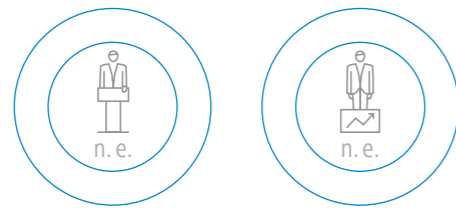
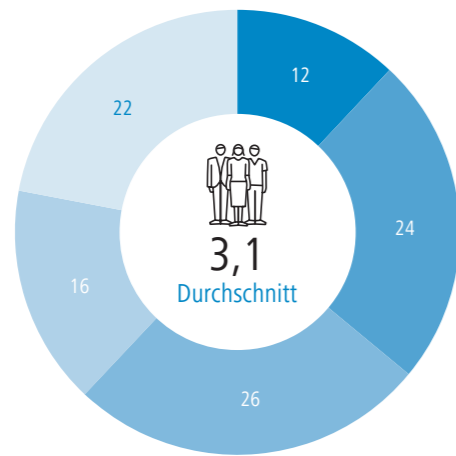


Abb. 4.04
Gegenseitiges Interesse:
Produkte und Marken
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wie groß ist Ihr Interesse an
den Produkten und Marken
Chinas?

Fragstellung (CN):
Wie groß ist Ihr Interesse an
den Produkten und Marken
Deutschlands?

(1) sehr großes Interesse
(5) kein Interesse
weiß nicht/keine Angabe

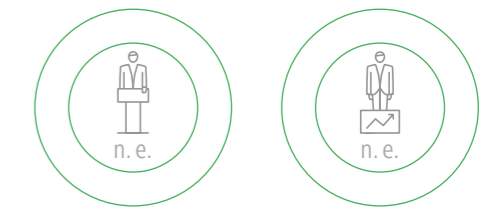
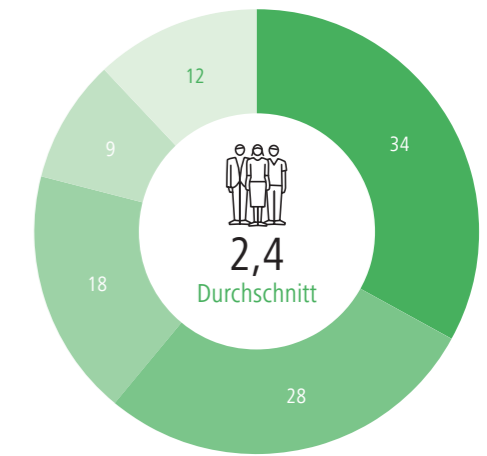
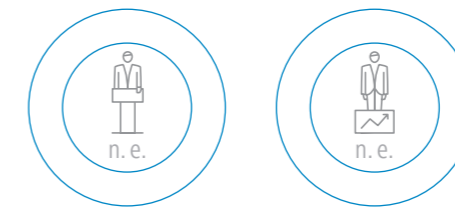
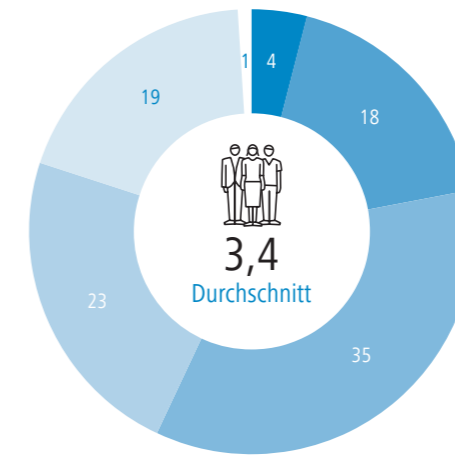


Abb. 4.03
Gegenseitiges Interesse:
Geschichte, Philosophie und Kultur
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wie groß ist Ihr Interesse
an Chinas Geschichte,
Philosophie und Kultur?

Fragstellung (CN):
Wie groß ist Ihr Interesse an
Deutschlands Geschichte,
Philosophie und Kultur?

(1) sehr großes Interesse
(5) kein Interesse
weiß nicht/keine Angabe

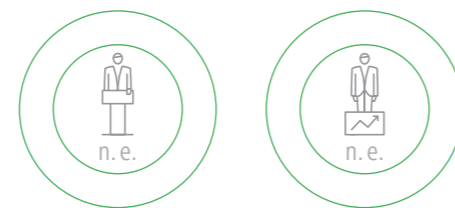
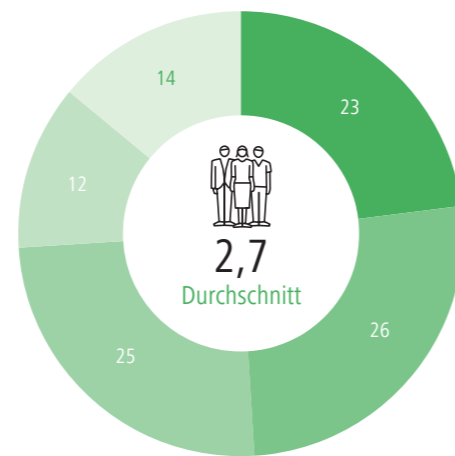
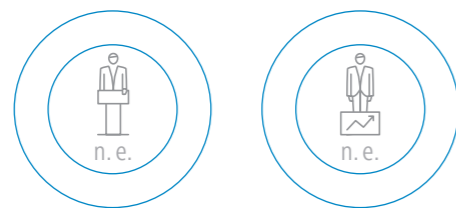
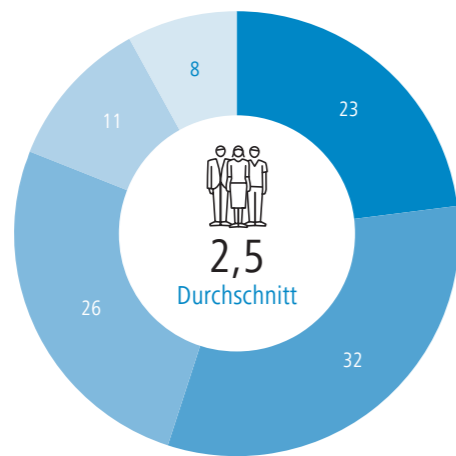
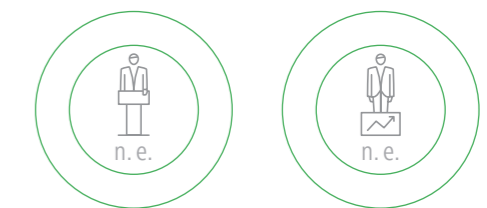
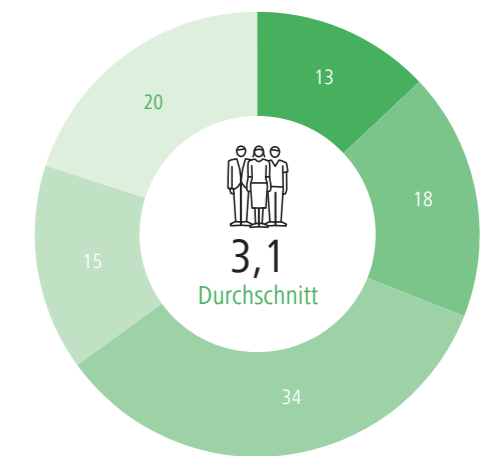
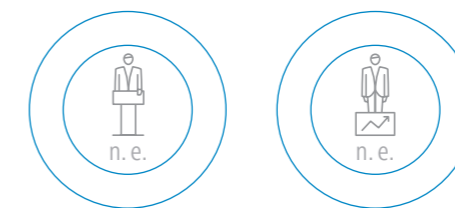
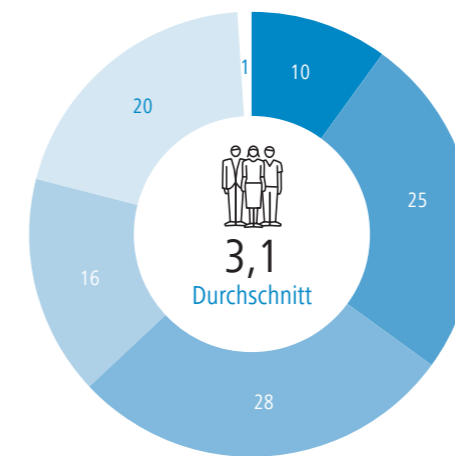


Abb. 4.05
Gegenseitiges Interesse:
Politik
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wie groß ist Ihr Interesse
an Chinas Politik?

Fragstellung (CN):
Wie groß ist Ihr Interesse
an Deutschlands Politik?

(1) sehr großes Interesse
(5) kein Interesse
weiß nicht/keine Angabe



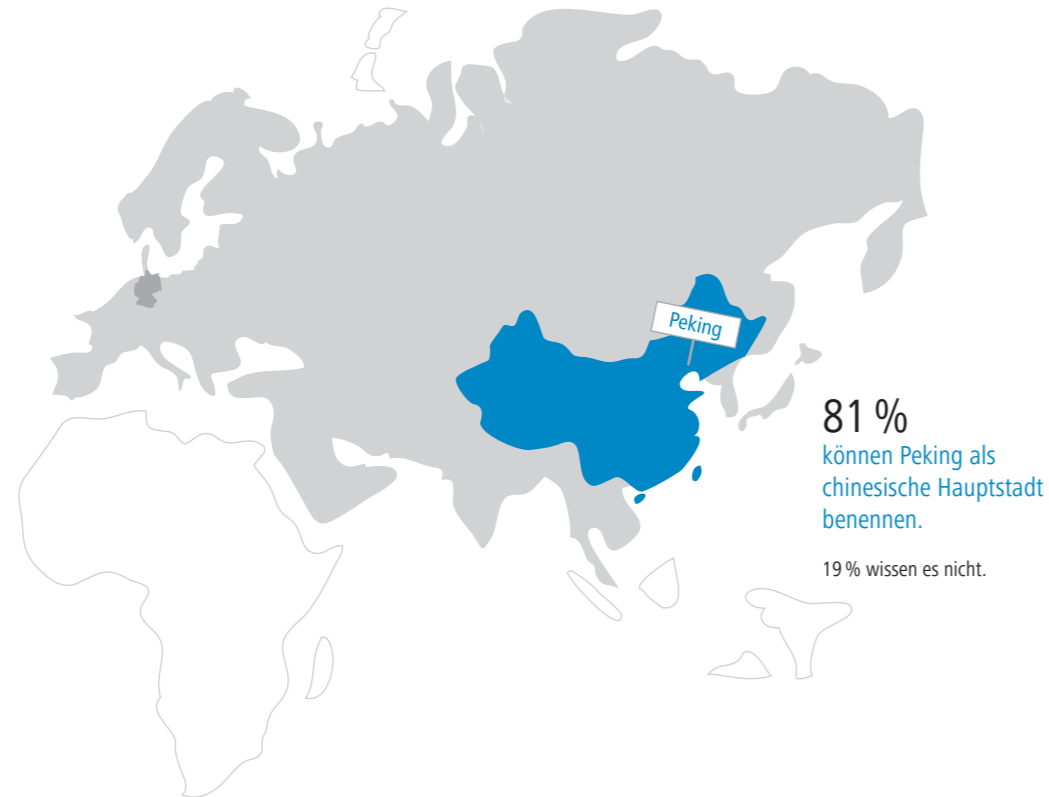
Wie gut sind die Grundkenntnisse der Deutschen und Chinesen über das jeweils andere Land?
Kennen sie wichtige politische Akteure, Einwohnerzahl und Hauptstadt?

Abb. 4.06a
Kenntnisse der Deutschen
über China

Fragstellung (DE):
Wie heißt die chinesische
Hauptstadt?

Wie heißt der chinesische
Staatspräsident?

Wie viele Einwohner hat
China?



2 %
können Xi Jinping als
chinesischen
Staatspräsidenten
benennen.
98 % wissen es nicht.



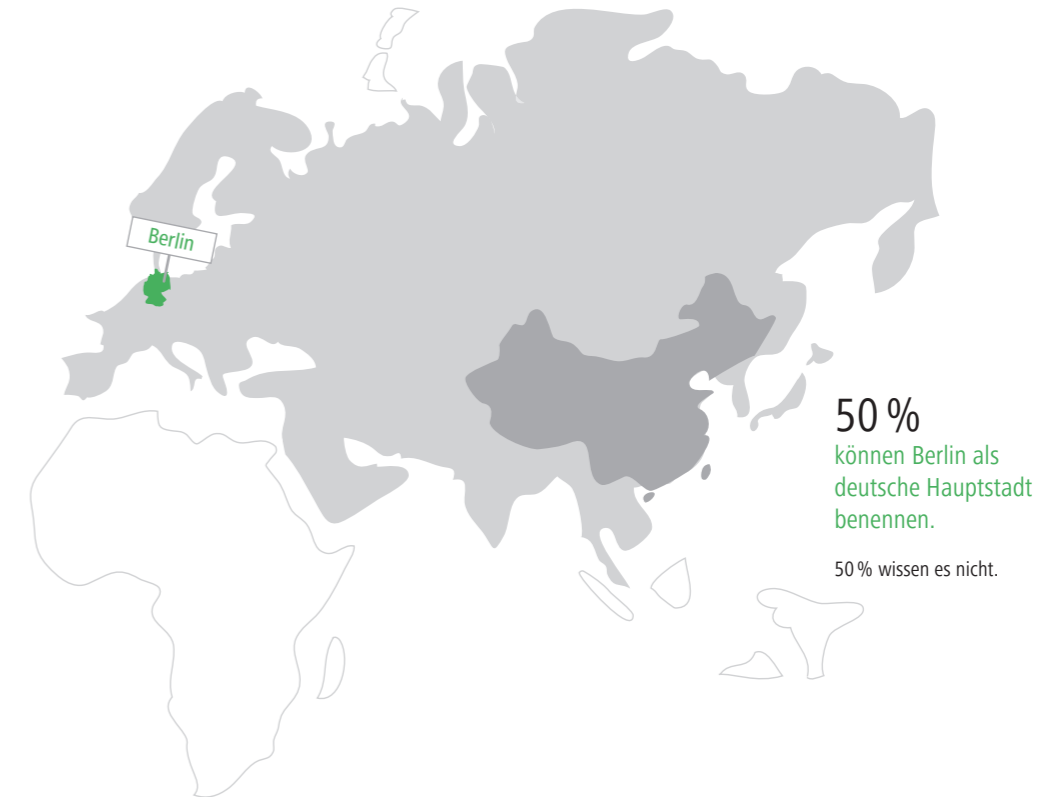
24 %
wissen, dass die
chinesische
Bevölkerungszahl
zwischen 1,2 und
1,5 Mrd. liegt.
In China leben
1,35 Mrd. Menschen
(Stand: 2013).
76 % wissen es nicht.

Abb. 4.06b
Kenntnisse der Chinesen
über Deutschland

Fragstellung (CN):
Wie heißt die deutsche
Hauptstadt?

Wie heißt der/die deutsche
Bundeskanzler/-in?

Wie viele Einwohner hat
Deutschland?



21 %
können Angela
Merkel als deutsche
Bundeskanzlerin
benennen.
79 % wissen es nicht.



15 %
wissen, dass die
deutsche
Bevölkerungszahl
zwischen 80 und
82 Mio. liegt.
In Deutschland leben
80,5 Mio. Menschen
(Stand: 2013).
85 % wissen es nicht.

4.3

Kontakt zum anderen Land

Wo liegen die Berührungspunkte zwischen Deutschen und Chinesen? Wie intensiv ist der Austausch und ist er beruflich oder privat?

Abb. 4.07
Kontakt der Bevölkerung zu
China/Deutschland
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Welche Aussagen treffen auf
Sie zu?

Fragestellung (CN):
Welche Aussagen treffen auf
Sie zu?

		
Ich nutze chinesische Produkte bzw. Marken.	56 2012: 56	25 2012: 21
Ich esse häufiger chinesisch.	53 2012: 50	10 2012: n. e.
Ich kenne Menschen aus China persönlich.	32 2012: 40	4 2012: 3
Ich kann mir vorstellen, für ein chinesisches Unternehmen zu arbeiten.	31 2012: 33	4 2012: n. e.
Ich habe bzw. hatte beruflich mit China zu tun.	19 2012: 20	3 2012: 1
Ich war schon einmal in China.	11 2012: 11	3 2012: 2
Ich habe Chinesen in meinem Freundeskreis.	11 2012: n. e.	2 2012: 2
Ich plane, demnächst nach China zu fahren.	5 2012: 7	2 2012: n. e.

Abb. 4.08
Kontakt der politischen
Entscheider und
Wirtschaftsentscheider zu
China/Deutschland
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Welche Aussagen treffen auf
Sie zu?

Fragestellung (CN):
Welche Aussagen treffen auf
Sie zu?

Unterschiedliche Fragestellung
bei den Entscheidergruppen
1 politische Entscheider
2 Wirtschaftsentscheider

				
Ich arbeite in einer Institution ¹ /einem Unternehmen ² , die/das Beziehungen zu China pflegt.	49 2012: 59	50 2012: 50	5 2012: n. e.	11 2012: n. e.
Ich habe bzw. hatte mit China beruflich direkten Kontakt.	34 2012: 48	44 2012: 49	18 2012: n. e.	31 2012: n. e.
Ich kann mir vorstellen, für eine chinesische Institution ¹ /ein chinesisches Unternehmen ² zu arbeiten.	21 2012: 33	30 2012: 36	17 2012: n. e.	13 2012: n. e.
Ich war schon einmal beruflich in China.	18 2012: 35	35 2012: 36	26 2012: n. e.	20 2012: n. e.
Ich plane, demnächst beruflich nach China zu reisen.	7 2012: 9	27 2012: 29	8 2012: n. e.	15 2012: n. e.
Ich arbeite in einer Institution ¹ /einem Unternehmen ² , die/das plant, Beziehungen zu China aufzubauen.	18 2012: 29	26 2012: 28	2 2012: n. e.	12 2012: n. e.

Abb. 4.09
Aufenthaltsgründe
(Mehrfachantworten)
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Aus welchen Gründen
waren Sie schon einmal
in China?

Fragestellung (CN):
Aus welchen Gründen
waren Sie schon einmal
in Deutschland?

Filterfrage:
Nur beantwortet, wenn
Befragte schon in China/
Deutschland waren (Zahlen
Abb. 4.07)

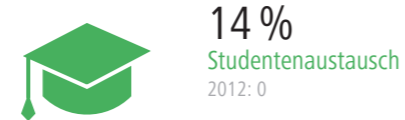
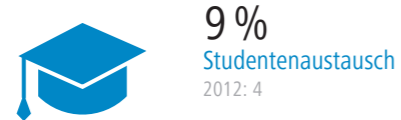


Abb. 4.10
Gesamtlänge des Aufenthalts
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie viel Zeit haben Sie
insgesamt in China
verbracht?

Fragestellung (CN):
Wie viel Zeit haben Sie
insgesamt in Deutschland
verbracht?

Filterfrage:
Nur beantwortet, wenn
Bevölkerung bzw. Entscheider
schon in China/Deutschland
waren (Zahlen Abb. 4.07 und
4.08)

	Aufenthalt in China			Aufenthalt in Deutschland		
unter 1 Monat	61	22	39	40	50	45
1 Monat bis unter 6 Monate	27	39	32	43	42	35
6 Monate bis unter 1 Jahr	4	22	19	12	4	13
1 Jahr und mehr	8	17	10	5	4	8

5.

Politik und Staat

57%

der Deutschen halten die deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen für ebenso wichtig wie die zu den USA.

5.1
5.1.1

Ergebnisse im Überblick
Befragung

59%

der Deutschen empfinden Chinas politische Macht als Bedrohung. Dagegen löst die Politik der Bundesregierung nur bei Wenigen in China (17%) Besorgnis aus.

63%

der Deutschen glauben, dass Medien in China ausschließlich staatlich kontrolliert sind. 22% der Chinesen glauben das auch über deutsche Medien.

42%

der Chinesen glauben, dass Deutschland bei der Umwelt- und Klimaschutzpolitik im weltweiten Vergleich zur Spitzengruppe gehört. 1% der Deutschen glaubt das über China.

28%

der Deutschen vermuten, dass China in 15 Jahren bei Menschenrechtsfragen international im Mittelfeld liegen wird, was im Vergleich zu 2013 einer Verbesserung von 21% entspricht. 39% der Chinesen sehen Deutschland bereits heute in der internationalen Spitzengruppe.

56%

der Chinesen glauben, dass in Deutschland viele öffentliche Debatten über politische und soziale Themen geführt werden. Dies nehmen 8% aller Deutschen auch in Bezug auf China an.

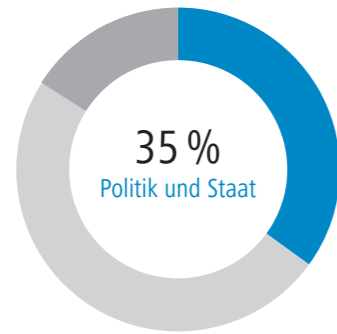
5.1.2

Medienanalyse

Wie häufig berichten deutsche und chinesische Medien über politische Themen des jeweils anderen Landes und wie ist die Tonalität?

Abb. 5.01a
Gesamtanteil
Schwerpunkt- und
Detailthemen

Medienanalyse (DE):
Verteilung der
Detailthemen innerhalb des
Schwerpunktthemas Politik
und Staat in der deutschen
Berichterstattung über China

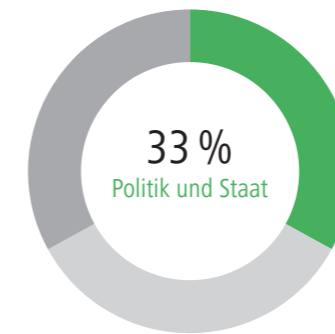


Schwerpunktthema
35 % der Berichterstattung
über China widmen sich
Politik und Staat.

Detailthemen
38 % Außen- und Verteidigungspolitik
25 % Politisches System
22 % Rechtsstaat
8 % Umwelt
7 % Sonstige

Abb. 5.01b
Gesamtanteil
Schwerpunkt- und
Detailthemen

Medienanalyse (CN):
Verteilung der
Detailthemen innerhalb des
Schwerpunktthemas Politik
und Staat in der chinesischen
Berichterstattung über
Deutschland



Schwerpunktthema
33 % der Berichterstattung
über Deutschland widmen
sich Politik und Staat.

Detailthemen
39 % Außen- und Verteidigungspolitik
29 % Rechtsstaat
23 % Politisches System
7 % Umwelt
2 % Sonstige

Abb. 5.02a
Tonalität innerhalb der
Detailthemen
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (DE):
Tonalität der deutschen
Berichterstattung über
China innerhalb der Top-4-
Detailthemen (exkl. Sonstige)

positiv
ambivalent
negativ
neutral

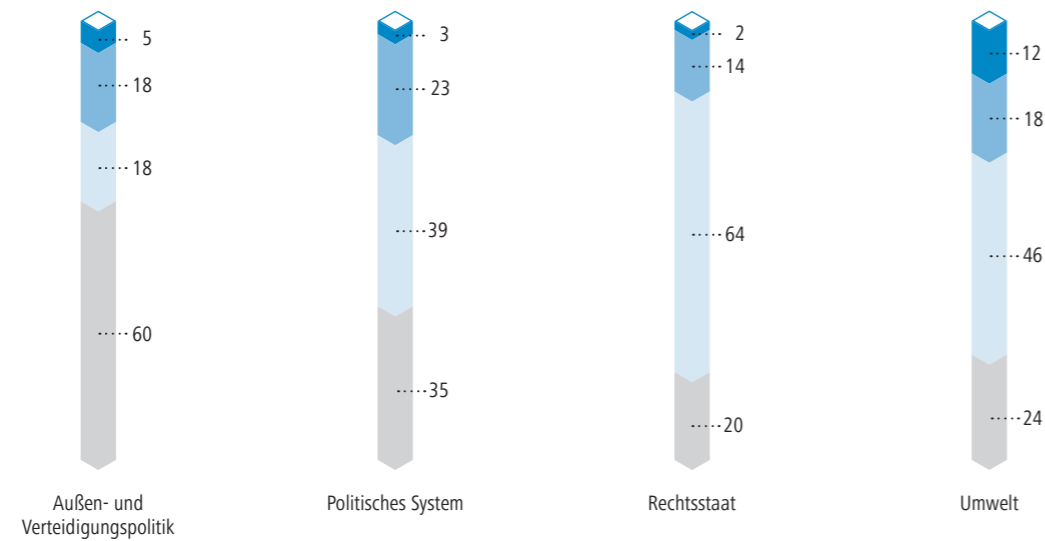


Abb. 5.02b
Tonalität innerhalb der
Detailthemen
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (CN):
Tonalität der chinesischen
Berichterstattung über
Deutschland innerhalb der
Top-4-Detailthemen
(exkl. Sonstige)

positiv
ambivalent
negativ
neutral

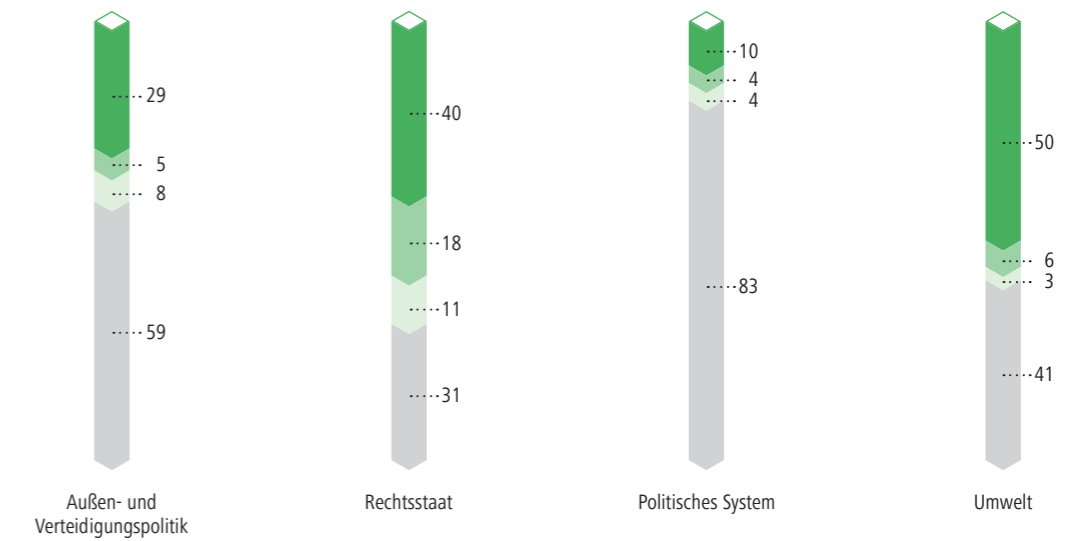


Abb. 5.03a
Top-5-Frames innerhalb der
Berichterstattung
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (DE):
Top-5-Frames innerhalb der
deutschen Berichterstattung
über China sowie die
prozentuale Verteilung der
Aussagen innerhalb der
Frames

Frame	Aussage	A1	teils A1, teils A2	A2
11	(A1) China bringt sich aktiv in die Weltpolitik ein (A2) China hält sich politisch zurück	89	7	5
11	(A1) China ist eine Diktatur (A2) China ist eine Demokratie	81	11	8
9	(A1) China mischt sich in die Belange anderer Länder ein (A2) China ist neutral	72	13	15
8	(A1) China ist eine Friedensmacht (A2) China ist eine Militärmacht	11	23	66
8	(A1) China ist für Klimaschutz/Umweltschutz (A2) China schützt die Umwelt nicht	18	20	62

Abb. 5.03b
Top-5-Frames innerhalb der
Berichterstattung
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (CN):
Top-5-Frames innerhalb der
chinesischen Berichterstattung
über Deutschland sowie
die prozentuale Verteilung
der Aussagen innerhalb der
Frames

Frame	Aussage	A1	teils A1, teils A2	A2
19	Deutschland verfolgt eine (A1) national orientierte Politik (A2) supra-/international orientierte Politik	75	18	7
13	(A1) Deutschland ist eine Diktatur (A2) Deutschland ist eine Demokratie	0	2	98
11	In Deutschland gelten (A1) rechtsstaatliche Prinzipien (A2) keine rechtsstaatliche Prinzipien	77	21	2
10	Deutschland (A1) bringt sich aktiv in die Weltpolitik ein (A2) hält sich politisch zurück	94	4	2
10	Deutschlands Politik ist (A1) konservativ (A2) reformorientiert/fortschrittlich	16	9	74

5.2
5.2.1

Politisches System Wahrnehmung

Wie nehmen Deutsche und Chinesen den jeweils anderen Staat wahr? Wie bewerten sie die Staatsform und die staatliche Kontrolle?

Abb. 5.04
Wahrnehmung des politischen Systems
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie nehmen Sie persönlich
das politische System
Chinas wahr?

Fragestellung (CN):
Wie nehmen Sie persönlich
das politische System
Deutschlands wahr?

(1) sehr positiv
(5) sehr negativ
weiß nicht/keine Angabe

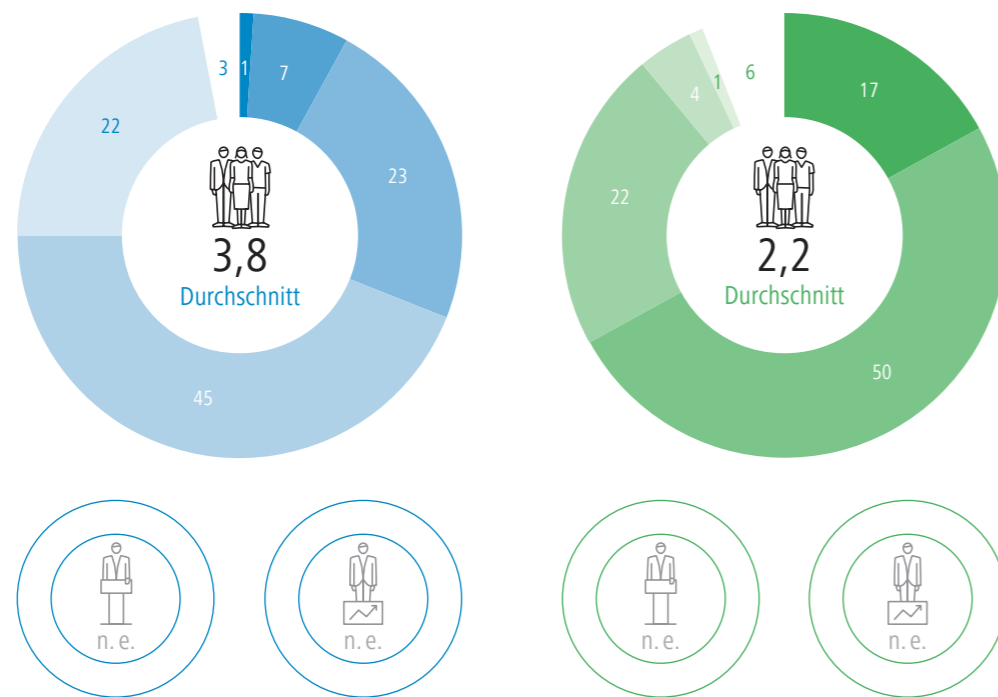


Abb. 5.05
Einschätzung des Ausmaßes
der staatlichen Kontrolle von
Unternehmen
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Zustimmung der Deutschen
zur Aussage: „In China
sind Unternehmen staatlich
kontrolliert.“

Fragestellung (CN):
Zustimmung der Chinesen
zur Aussage: „In Deutschland
sind Unternehmen staatlich
kontrolliert.“

(1) stimme voll zu
(5) stimme gar nicht zu
weiß nicht/keine Angabe

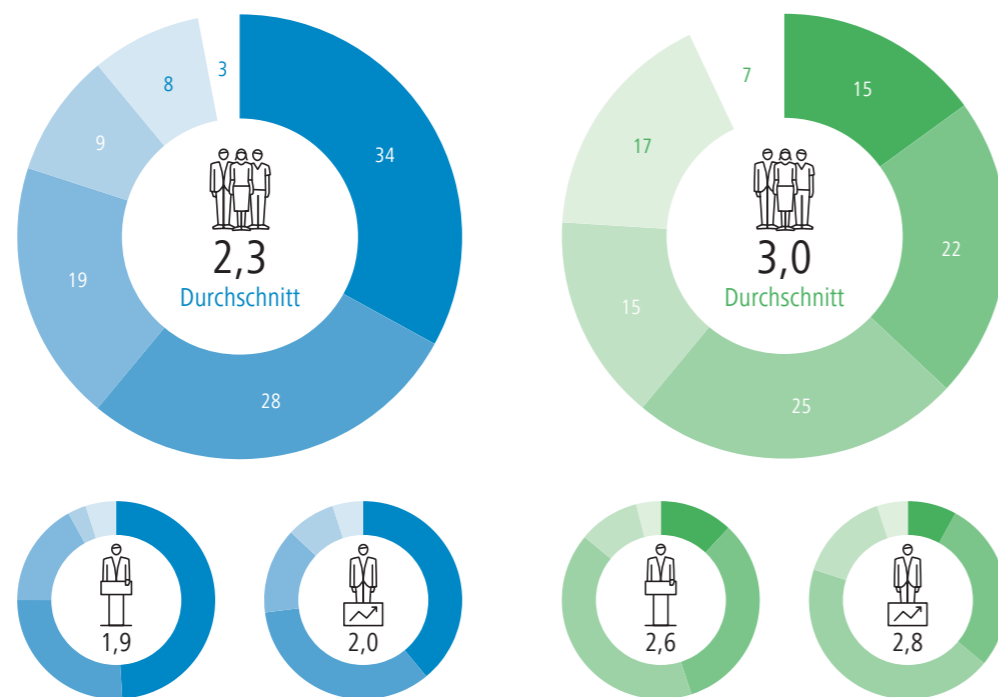


Abb. 5.06
Einschätzung zur
Konstitution der Staatsform
(Angaben in Mittelwerten)

Fragestellung (DE):
Zustimmung der Deutschen
zu verschiedenen Aussagen
bezüglich der Staatsform
Chinas.

Fragestellung (CN):
Zustimmung der Chinesen
zu verschiedenen Aussagen
bezüglich der Staatsform
Deutschlands.

5-stufige Skala:
5 = stimme voll zu bis
1 = stimme gar nicht zu



5.2.2 Chinas politisches System: Ein Modell sui generis?

Deskription der Befragungsergebnisse: Politisches System

Das politische System der VR China polarisiert seine Beobachter. Einerseits beeindruckt die VR China durch ein über viele Jahre hinweg zweistelliges Wirtschaftswachstum und enorme Entwicklungsfortschritte, insbesondere in der Bekämpfung der absoluten Armut. Andererseits aber rufen die verstärkte Sichtbarkeit Chinas in der Weltpolitik und die internationalen Wirtschaftsaktivitäten chinesischer Unternehmen durchaus eine Verunsicherung hervor. Das negative Image der VR China ist insbesondere mit der chinesischen Menschenrechtspolitik, der Frage der Meinungsfreiheit oder aber der Struktur des politischen Systems verbunden. 39 % der Medienberichterstattung zum politischen System der VR China können zwar als neutrale Dokumentation aktueller Entwicklungen verbucht werden, 35 % der Politikberichterstattung jedoch sind Negativschlagzeilen, weitere 23 % zeichnen ein sehr ambivalentes Bild.

Dass sich das politische System der VR China seit Beginn der Reform- und Öffnungspolitik gewandelt hat, wird in vielen Medienberichten nur unzureichend bedacht. Noch immer dominieren die Terminologie und die Klassifizierung des chinesischen Systems, die eigentlich mit Blick auf die maoistische VR China konzipiert worden waren. 81 % aller ausgewerteten Artikel stufen China als Diktatur ein. Dass im Zuge der Wirtschaftsreformen seit 1978 eine Pluralisierung auch innerhalb der Gesellschaft und eine partielle Neuausrichtung der staatlich-zivilen Interaktionsmuster eingesetzt haben, wird hierbei ausgeblendet.

Dieses eher negative Bild des politischen Systems der VR China spiegelt sich auch in der Befragung der deutschen Bevölkerung (3,8/5) wider. Ausschlaggebend für diese Bewertung ist die Wahrnehmung, dass es sich bei China um kein demokratisches System handelt.

Einordnung und Hintergrund: Politisches System

Die Irritationen, die das politische System der VR China bei externen Beobachtern hervorruft, beruhen auf der Diskrepanz zwischen den abstrakten Chinabildern, die sich über viele Jahre hinweg in der Wahrnehmung Chinas durch die Außenwelt verfestigt haben, und der hiervon abweichenden politischen Realität der VR China. Viele der von außen angelegten Bewertungskategorien entstammen der ideologisch aufgeladenen Bewertung der maoistischen VR China. Infolge der im Jahr 1978 eingeleiteten Wirtschaftsreformen hat sich jedoch ein hybrides System herausgebildet, das sich mit den konventionellen Kategorisierungsmodellen nur sehr bedingt erfassen lässt. Während im ökonomischen Bereich eine Einbettung Chinas in den internationalen Handel und die Öffnung für ausländische Investitionen stattgefunden hat, ist China mit Blick auf seine politische Verfasstheit weiterhin ein Ein-Parteien-System unter Führung der Kommunistischen Partei.

Das aus der Außensicht entworfene Chinabild schwankt über die Jahrhunderte hinweg zwischen Euphorie und Bedrohungsperzeptionen. In beiden Fällen wird China als das Fremde und Andersartige entworfen, als besseres oder schlechteres Gegenstück der europäischen Gesellschaft und Staatenwelt. Während die chinesische Philosophie und Kultur ihre Anziehungskraft auf die europäische Gesellschaft entfalten konnte, wird die politische Verfasstheit

Chinas zumeist negativ konnotiert und Chinas internationales Engagement tendenziell eher als Herausforderung für die etablierte Ordnung bewertet. Stereotype und Klischees vermischen sich hierbei mit selektivem Wissen über China, das oftmals nicht auf eigenen Erfahrungen beruht. Mitunter dient China auch als Spiegelbild der europäischen Selbstwahrnehmung. In Krisenzeiten werden durchaus hohe Erwartungen auf die VR China projiziert. Nach dem Ausbruch der globalen Banken- und Finanzkrise des Jahres 2008 beispielsweise war die Rede von Chinas Rolle als „Retter in der Eurokrise“. Schon im 17. Jahrhundert nutzte der deutsche Philosoph Gottfried Wilhelm Leibniz China als Projektionsfläche einer „besseren“ Gesellschaft: „Aber wer hätte einst geglaubt, dass es auf dem Erdboden ein Volk gibt, das uns, die wir doch nach unserer Meinung so ganz und gar zu allen feinen Sitten erzogen sind, gleichwohl in den Regeln eines noch kultivierteren Lebens übertrifft?“ (Leibniz 1697).

Im Zuge der Modernisierung und Restrukturierung des politischen Systems der VR China sind viele der früheren Stereotype ad absurdum geführt worden. Dennoch wirken Aussagen und Grundeinschätzungen über China, die eigentlich mit Blick auf die maoistische Ära getätigt worden sind, bis heute auf die Wahrnehmung Chinas durch die Gesellschaften anderer Staaten ein. Neben diese alten Raster sind Informationen über aktuelle Entwicklungen der VR China getreten, die sich nur bedingt mit den Grundkategorien des Sozialismus – der sowohl für eine Staats- und Gesellschaftsform wie auch für ein vom Kapitalismus abweichendes Wirtschaftssystem steht – vereinbaren lassen. Das chinesische politische System stellt sich, wie die Ergebnisse der Perzeptionsstudie belegen, aus der europäischen Perspektive als eine Akkumulation scheinbar unvereinbarer Elemente dar. Relativ konsensual ist lediglich die Verortung der VR China auf der Skala zwischen Demokratie und Autokratie. Nahezu alle Befragten stimmen darin überein, dass das chinesische System keine Demokratie ist. Diese Einschätzung korrespondiert mit den Spontanassoziationen zu China: Mit Blick auf den Bereich Politik werden von der befragten Bevölkerung die Schlagwörter „Kommunismus“¹ und „Missachtung der Menschenrechte“ mit am häufigsten genannt. Politiker und Wirtschaftsentscheider führen zudem den Begriff der „Diktatur“ oder „defekten Demokratie“² an.

Die Verortung der VR China zwischen Kapitalismus und Sozialismus hingegen weist weniger eindeutige Ergebnisse auf.³ Etwa ein Drittel (32 %, 2012: 36 %) stimmt der Einstufung Chinas als kapitalistisches System zu, über vierzig Prozent der Befragten widersprechen, ein weiteres Viertel bleibt neutral. Ein Chinaaufenthalt wirkt sich auf die Einschätzung sichtbar aus: Politiker mit Chinaerfahrung stufen das System eher als kapitalistisch ein. In der Gruppe der Wirtschaftsentscheider spielt der Faktor Alter eine ausschlaggebende Rolle: Insbesondere die jüngere Generation stimmt der These der Verortung Chinas in der Gruppe der kapitalistischen Systeme zu. Ähnlich ambivalent wird Chinas Einstufung als sozialistischer Staat wahrgenommen. Während zwar die Hälfte der Befragten davon ausgeht, dass China sozialistisch verfasst sei, widerspricht immerhin ein gutes Viertel dieser Einstufung.

1 Aus diesen Spontanassoziationen geht deutlich hervor, dass hier „Kommunismus“ mit nicht-demokratischer, totalitärer oder autoritärer Systemverfasstheit oder sogar „Diktatur“ gleichgesetzt wird.

2 Zum Begriff der „defekten Demokratie“ Merkel et al. 2003. Das Konzept war ursprünglich eingeführt worden für Transformationsstaaten, die nicht länger als totalitär oder autokratisch eingestuft werden konnten, jedoch deutliche Defizite gegenüber konsolidierten Demokratien aufwiesen.

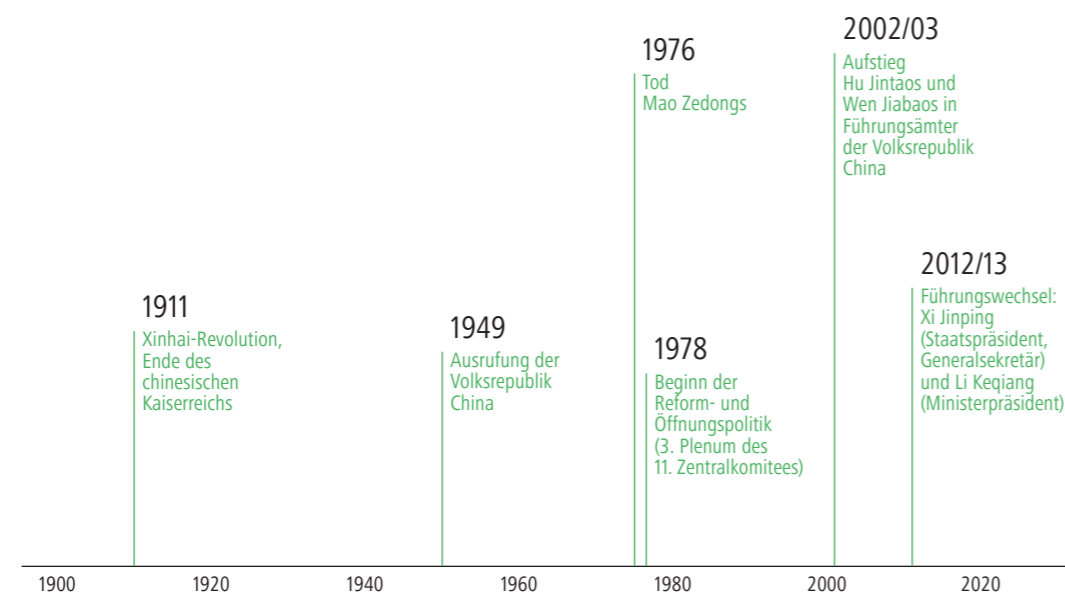
3 Durch die Kontrastierung von Sozialismus und Kapitalismus werden hier nicht die Einschätzungen des politischen Systems, sondern die der Eigentumsverhältnisse an Produktionsmitteln abgebildet.

Aus den Befragungsergebnissen geht deutlich hervor, dass die Klassifizierung des chinesischen Systems an die Grenzen der bestehenden Kategorien stößt. Mit einem Schwarz-Weiß-Schema lässt sich die Komplexität des chinesischen Modells nicht abbilden. Der Begriff des Hybridmodells, der in der wissenschaftlichen Literatur Verwendung findet, ist ebenfalls wenig hilfreich, wenn es um die konkrete Bestimmung des politischen Systems in China geht.

Die aus den Ergebnissen offensichtlich ableitbare Unsicherheit bei der Bewertung des chinesischen Kapitalismus beziehungsweise Sozialismus ist jedoch nicht nur ein Dilemma in der externen Chinabeobachtung. Auch in der VR China werden Debatten über die konkrete Begriffsbestimmung des „chinesischen Modells“ geführt, wobei dieses gemeinhin unter dem Schlagwort „Wirtschaftsliberalisierung ohne politische Pluralisierung“ subsumiert wird. Der von Deng Xiaoping als „Sozialismus mit chinesischen Charakteristika“ titulierte Sonderweg der VR China sah ursprünglich die Integration marktwirtschaftlicher Mechanismen und kapitalistischer Elemente in die sozialistische Zentralverwaltungswirtschaft vor. Dies beschrieb die damals geprägte Formel des „Vogels im Käfig“, in welcher der Käfig die Rahmenbedingungen des Plans repräsentiert, der Vogel jedoch den Kapitalismus, der sich innerhalb dieser Gitterstäbe frei bewegen können sollte. „Egal ob eine Katze schwarz oder weiß ist, Hauptsache sie fängt Mäuse“ war das Dogma der frühen Phase der Deng'schen Reformpolitik. Graduelle, experimentelle Restrukturierungsansätze bildeten die Grundlage; eine Schocktherapie nach sowjetischem Vorbild wurde strikt abgelehnt.

Wie die Ambivalenz in der Bewertung des politischen Systems in China widerspiegelt, sind die Grenzen zwischen kapitalistischen und sozialistischen Systemelementen für einen außenstehenden Beobachter nur schwer zu erkennen. In vielen Bereichen scheint der Vogel des Kapitalismus seinen zunächst auf die Sonderwirtschaftszonen, später auf konkrete Teilspektoren des Wirtschaftssystems begrenzten Käfig längst verlassen zu haben. Nicht zuletzt die „Going global“-Strategie der chinesischen Unternehmen und die verstärkte Sichtbarkeit in den Verhandlungen zum internationalen Finanzsystem im Rahmen der G20 haben das Bild eines „sozialistischen“ Staates in der internationalen Chinawahrnehmung sukzessive in den Hintergrund treten lassen. So wird das chinesische Modell mittlerweile auch als eine „Variation des Kapitalismus“ bezeichnet, wobei dem Staat weiterhin eine zentrale Rolle in der Wirtschaftsregulation zugeschrieben wird (s. Kap. 5.2.1, Abb. 5.06).

Abb. 5.07:
Wichtige Zeitdaten in China
1900–2013



4 Checks and Balances bezeichnet das amerikanische Verfassungsprinzip, das die Gewaltenteilung festlegt.

Inwiefern es sich bei der VR China aus Sicht außenstehender Beobachter um einen „effizienten Staat“ handelt, geht aus den Umfrageergebnissen nicht eindeutig hervor. Dies mag auch daran liegen, dass die Frage eigentlich schon weiterreichende Kenntnisse und Vorstellungen mit Blick auf die Leistungseffizienz und Legitimität politischer Systeme voraussetzt. Immerhin zeigt die „neutrale“ Haltung von fast 40 % der Bevölkerung beziehungsweise einem Drittel der befragten Politiker, dass sich durchaus ein Umdenken und ein Trend hin zu einer differenzierten Betrachtung des chinesischen Systems abzeichnen. Die Auswertung der Perzeptionsstudie verdeutlicht, dass die VR China – trotz ihrer Eingliederung in die Gruppe der nicht-demokratischen Systeme – als ein System gesehen wird, das in bestimmten Bereichen durchaus erfolgreich agiert. Ein oft anzutreffendes Argument ist in diesem Zusammenhang die Annahme, dass nicht-demokratische Staaten Entscheidungen schneller umsetzen können als Systeme, die mehrstufige Abstimmungsverfahren sowie Checks and Balances⁴ vorsehen.

Die Gleichsetzung von Demokratie und Effizienz beziehungsweise die Erwartung, dass nicht-demokratische Systeme nach dem Vorbild der Sowjetunion früher oder später aufgrund mangelnder Effizienz einem Systemkollaps zum Opfer fallen werden – eine Annahme, die sich in der westlichen Transformationstheorie findet – kann mit Blick auf die Daten der Perzeptionsanalyse als überholt eingestuft werden. Dies heißt jedoch noch nicht automatisch, dass das „neue“ Chinabild eher den „realen“ Gegebenheiten entspreche. Denn gerade die Einstufung Chinas als „Nicht-Demokratie“ spiegelt deutlich die normativen Grundannahmen wider, von denen die internationale Chinabeobachtung ausgeht. Wenn China dem eigenen Anspruch nach ein Modell sui generis (lat. für „nur durch sich selbst eine Klasse bildend“) darstellt, sind Analyseraster und Kategorien erforderlich, die dies angemessen widerspiegeln. Die Besonderheit des chinesischen Systems ist seine pragmatische Flexibilität und seine Fähigkeit, sich an ein verändertes innen- und außenpolitisches Umfeld anzupassen – und sich dabei an den Erfahrungen anderer sozialistischer Ein-Parteien-Systeme wie auch demokratisch verfasster Systeme zu orientieren. In der chinesischen Staatsphilosophie finden sich durchaus Überlegungen zum Konzept der Demokratie – allerdings sind diese nicht gleichzusetzen mit dem westlichen Verständnis des Konzepts.

Sehr viel aufschlussreicher als die normativ-abstrakte Frage nach Demokratie im chinesischen Kontext ist ein Blick auf die der Idee der Demokratie unterliegenden Teilaspekte der Partizipation, Repräsentation und Integration. Partizipatorische und deliberative Elemente sind auch im chinesischen Systemkontext vorgesehen. In bestimmten Themenfeldern wie im Umweltbereich werden Gesetzesentwürfe auf den Internetseiten des Nationalen Volkskongresses zur Diskussion gestellt, um so die Reaktionen und Meinungen der Bevölkerung formal einzubinden. Auf lokaler Verwaltungsebene finden zudem öffentliche Versammlungen statt, über welche die lokale Regierung mit der lokalen Bevölkerung in die Diskussion über anliegende politische Entscheidungen und administrative Maßnahmen eintritt.

Vor dem Hintergrund des Wandels der Arbeitswelt nach 1978 sind Schritte der Institutionalisierung und Verrechtlichung eingeleitet worden. Der nationale Fünfjahresplan der VR China, die Parteitagserklärung von 2012 wie auch der Arbeitsbericht der chinesischen Regierung, den diese auf der Jahrestagung des Nationalen Volkskongresses im März 2013 vorgelegt hatte, halten fest, dass die Zunahme sozialer Spannungen eine unmittelbare Herausforderung für die Stabilität und Persistenz des chinesischen Systems darstellt. Schon seit vielen Jahren wird in der VR China über die Notwendigkeit diskutiert, die sozialen Sicherungssysteme auszubauen und zugleich die Effizienz des Systems zu steigern. Dabei gibt es in China nicht eine zentral verordnete Blaupause. Vielmehr berät sich die Regierung mit ausgewiesenen Fachexperten

und stützt ihre Entscheidungsfindung auf wissenschaftliche Analysen. Bereits in den 1980er Jahren waren Schritte zur Restrukturierung der sozialen Sicherungssysteme eingeführt worden (s. hierzu auch Kap. 7.3 *Gesellschaftlicher Wandel*). Im Oktober 2010 wurde schließlich das Sozialversicherungsgesetz der VR China verabschiedet, das zum Juli 2011 in Kraft getreten ist. Erstmals wurden die bereits vorliegenden Regelwerke unter einem Gesetzesdach zusammengeführt. Das chinesische Sozialversicherungsgesetz umfasst fünf Teilzweige – Arbeitslosen- und Arbeitsunfallversicherung; Krankenversicherung; Mutterschaftsversicherung; Rentenversicherung. Das größte Problem beim Ausbau dieses Systems aber ist, dass weiterhin Teilgruppen der Gesellschaft wie die Wanderarbeiter aus diesen Strukturen herausfallen und zudem selbst für die Versicherten gilt, dass sie trotz Grundversicherung viele Kosten selbst tragen müssen. Das 3. Plenum des 18. Zentralkomitees – dessen Bedeutung für die Politik und Wirtschaft der VR China als vergleichbar mit dem 3. Plenum des 11. Zentralkomitees eingestuft wird, mit dem die Reformen der post-maoistischen VR China offiziell eingeleitet wurden – widmete sich eben diesen sozioökonomischen Fragen. So wurde eine Erhöhung der Abgabequote für die erwirtschafteten Überschüsse der Staatsunternehmen angekündigt. Diese bieten einen erweiterten Grundstock für den Ausbau von sozialen Sicherungssystemen. Nur wenn es gelingt, ein stabiles Sicherungssystem aufzubauen, ist auch zu erwarten, dass die chinesische Bevölkerung einen Teil ihrer für Risikofälle angehäuften Ersparnisse investiert und damit die Binnenmarktnachfrage ankurbelt.

Die Macht der Medien:
Ambivalente Chinabilder

Das Chinabild, das in den Köpfen der Befragten vorherrscht, wird zu einem nicht unwesentlichen Teil von den nationalen Medien geprägt und bestärkt. Der Themenbereich Politik macht mengenmäßig allerdings gerade einmal ein gutes Drittel der Berichterstattung in den deutschsprachigen Printmedien aus. Der größte Teil davon (38 % der Stichprobe) widmet sich dem Themenfeld der Außenpolitik. Chinas Einfluss auf die Ausgestaltung der Weltpolitik wird folglich als Kernthema der Chinaberichterstattung aufgebaut. Hierunter fallen die bilateralen Beziehungen ebenso wie Chinas Rolle in multilateralen Verhandlungskontexten. Nur ein Viertel der Politikberichterstattung beschäftigt sich mit Chinas politischem System, was insofern erstaunt, als in den Untersuchungszeitraum die Vorbereitung und Durchführung des chinesischen Führungswechsels fällt, der mit dem Parteitag im November 2012 eingeleitet und mit der Tagung des Nationalen Volkskongresses und der Übertragung der Regierungsgeschäfte an Xi Jinping und Li Keqiang im März 2013 zu seinem Abschluss gefunden hat. Die Ergebnisse der Medienanalyse belegen indirekt, dass aus deutscher Sicht hierbei die Frage, welche Implikationen sich möglicherweise aus diesem Wechsel an der Spitze des chinesischen Staates für die Ausgestaltung der chinesischen Außenpolitik ergeben könnten, für weitaus wichtiger als die Frage potenzieller Reformbemühungen oder Neuausrichtungen der staatlich-zivilen Interaktionen in China angesehen worden sein muss. Aus rein pragmatischen Erwägungen heraus ist dies wenig erstaunlich, ist dies doch von unmittelbarer Relevanz für die Beantwortung der Frage, inwiefern sich die Optionen und Chancen hinsichtlich Handelsbeziehungen und strategischer Partnerschaft durch personelle Umbesetzungen in den Führungsorganen der VR China verschieben könnten.

Auch bestärkt dieses Teilergebnis der Medienanalyse die oben skizzierten Umfrageergebnisse: Mit Blick auf die innenpolitischen Strukturen wird allenfalls ein gradueller, über viele Jahre hinweg erfolgreicher Wandel angenommen. Dies allerdings steht durchaus im Gegensatz zu den Perzeptionen und Zukunftsszenarien, die in den späten 1980er und frühen 1990er Jahren mit Blick auf die VR China entworfen wurden. Gewissermaßen als Analogieschluss zu den Entwicklungen in der Sowjetunion und Osteuropa hatten Demokratisierungs- und Transformationsforscher damals einen unabwendbaren Systemwechsel oder aber sogar einen

Zusammenbruch der VR China prophezeit. Nun, dreißig Jahre später, scheint sich das Blatt – und somit auch die internationale Chinaperzeption – gewendet zu haben. Gerade in der Phase der globalen Banken- und Finanzkrise hat sich das System als erstaunlich robust erwiesen.

Betrachtet man allerdings die Artikelgruppen zu innenpolitischen Themen noch einmal genauer, so lassen sich diese in allgemeine Artikel zum politischen System der VR China und eine weitere thematische Gruppe zum Aspekt der Rechtsstaatlichkeit untergliedern. Knapp ein Viertel der Artikel zum politischen System weist keine ganz eindeutige Positionierung auf und kann bestenfalls als ambivalent eingestuft werden. Diese Gespaltenheit wird in den Ergebnissen der Umfrage unter den drei Gruppen Bevölkerung, Politiker und Wirtschaftsentscheider entsprechend reproduziert. Zudem überwiegen kritisch-distanzierte Berichte: Lediglich ein Drittel nimmt einen neutralen Standpunkt ein.

5.3
5.3.1

Staat und Gesellschaft Wahrnehmung

Wie nehmen Deutsche und Chinesen Medien und Gesellschaft des jeweils anderen Landes wahr und wie bewerten sie Menschen- und Bürgerrechtsfragen?

Abb. 5.08
Einschätzung der Menschenrechtslage heute und in 15 Jahren (Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wo sehen Sie China gegenwärtig und in 15 Jahren beim Schutz der Menschenrechte im weltweiten Vergleich?

Fragstellung (CN):
Wo sehen Sie Deutschland gegenwärtig und in 15 Jahren beim Schutz der Menschenrechte im weltweiten Vergleich?

(1) Spitzengruppe
(5) Schlussgruppe
weiß nicht/keine Angabe

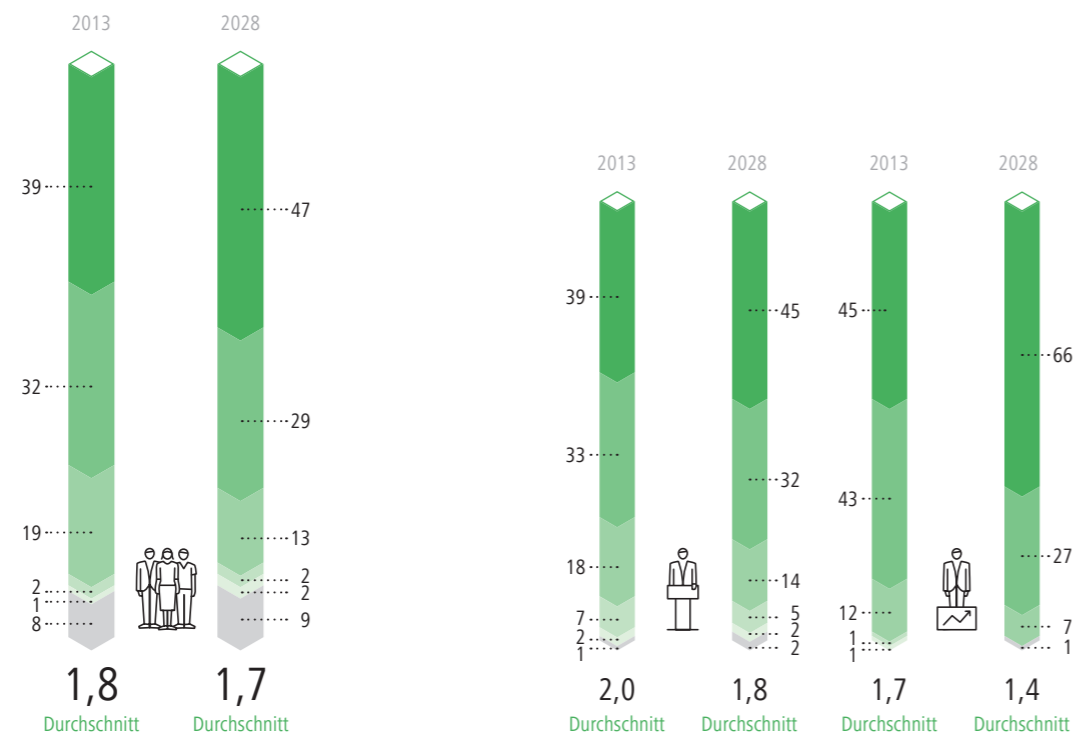
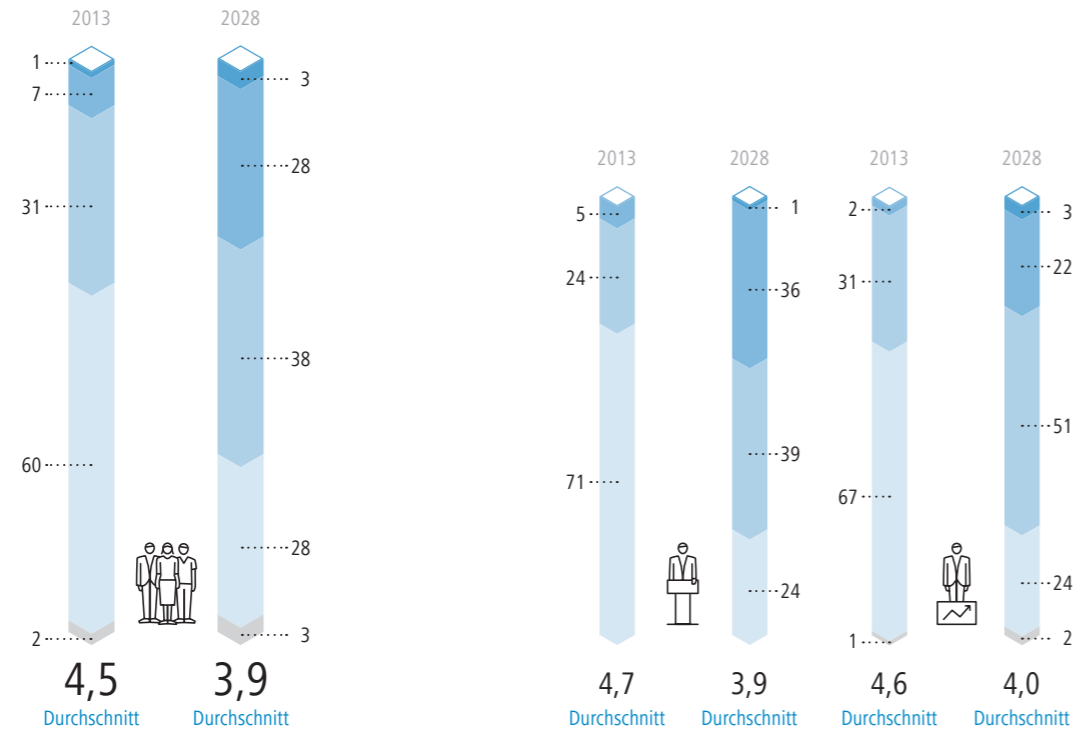


Abb. 5.09
Einschätzung der Rechtsstaatlichkeit (Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Zustimmung der Deutschen zur Aussage: „China ist ein Rechtsstaat.“

Fragstellung (CN):
Zustimmung der Chinesen zur Aussage: „Deutschland ist ein Rechtsstaat.“

(1) stimme voll zu
(5) stimme gar nicht zu
weiß nicht/keine Angabe

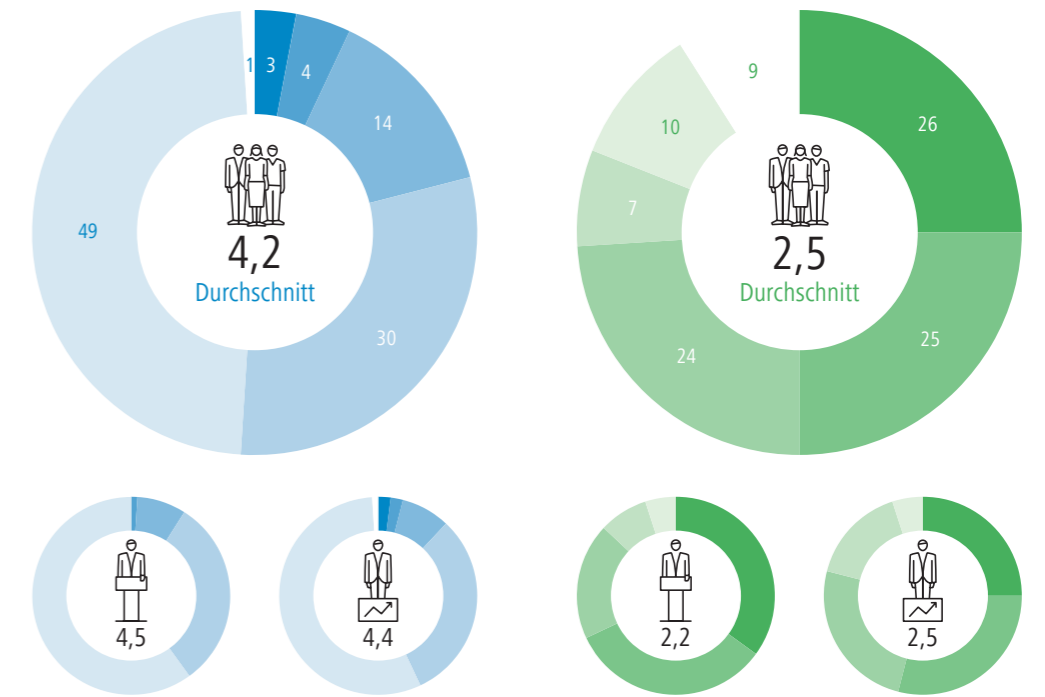


Abb. 5.10
Einschätzung der Rechtssicherheit heute und in 15 Jahren (Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wo sehen Sie China gegenwärtig und in 15 Jahren bei der Rechtssicherheit im weltweiten Vergleich?

Fragstellung (CN):
Wo sehen Sie Deutschland gegenwärtig und in 15 Jahren bei der Rechtssicherheit im weltweiten Vergleich?

(1) Spitzengruppe
(5) Schlussgruppe
weiß nicht/keine Angabe

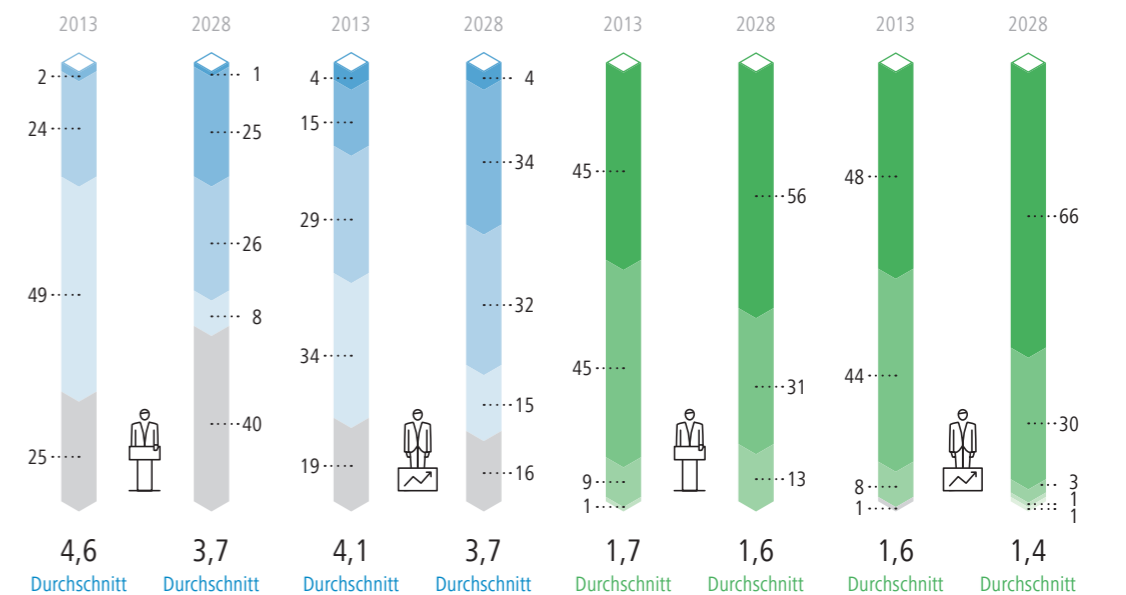


Abb. 5.11
Wahrnehmung der
Demokratiebewegung
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Zustimmung der Deutschen
zur Aussage: „Die
Demokratiebewegung in
China gewinnt zunehmend
an Fahrt.“

Fragstellung (CN):
Frage nicht gestellt.

(1) stimme voll zu
(5) stimme gar nicht zu
weiß nicht/keine Angabe

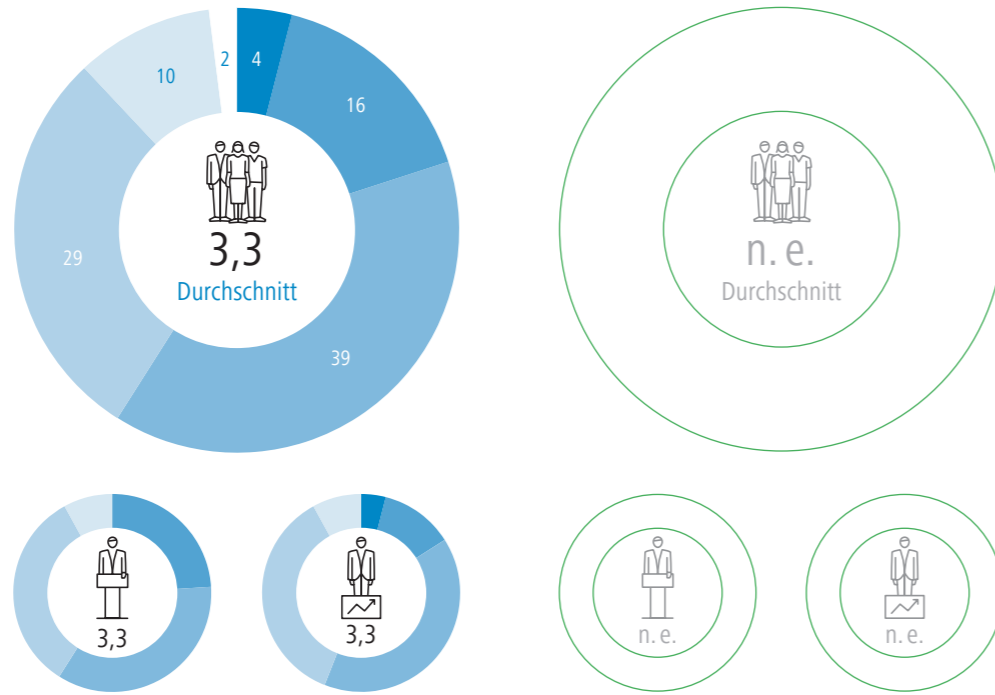


Abb. 5.13
Einschätzung des Rechts auf
freie Meinungsäußerung
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Zustimmung der Deutschen
zur Aussage: „In China
gilt das Recht auf freie
Meinungsäußerung.“

Fragstellung (CN):
Zustimmung der Chinesen
zur Aussage: „In Deutschland
gilt das Recht auf freie
Meinungsäußerung.“

(1) stimme voll zu
(5) stimme gar nicht zu
weiß nicht/keine Angabe

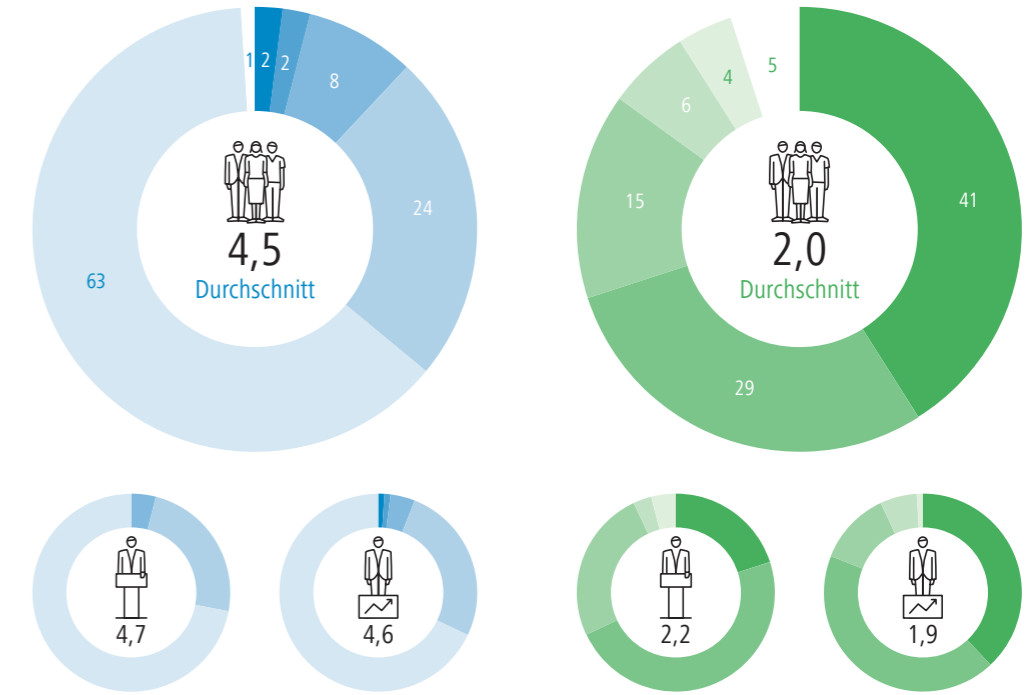


Abb. 5.12
Einschätzung der Freiheit
des Internetzugangs
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Zustimmung der Deutschen
zur Aussage: „Die Chinesen
haben keinen freien Zugang
zum Internet.“

Fragstellung (CN):
Frage nicht gestellt.

(1) stimme voll zu
(5) stimme gar nicht zu
weiß nicht/keine Angabe

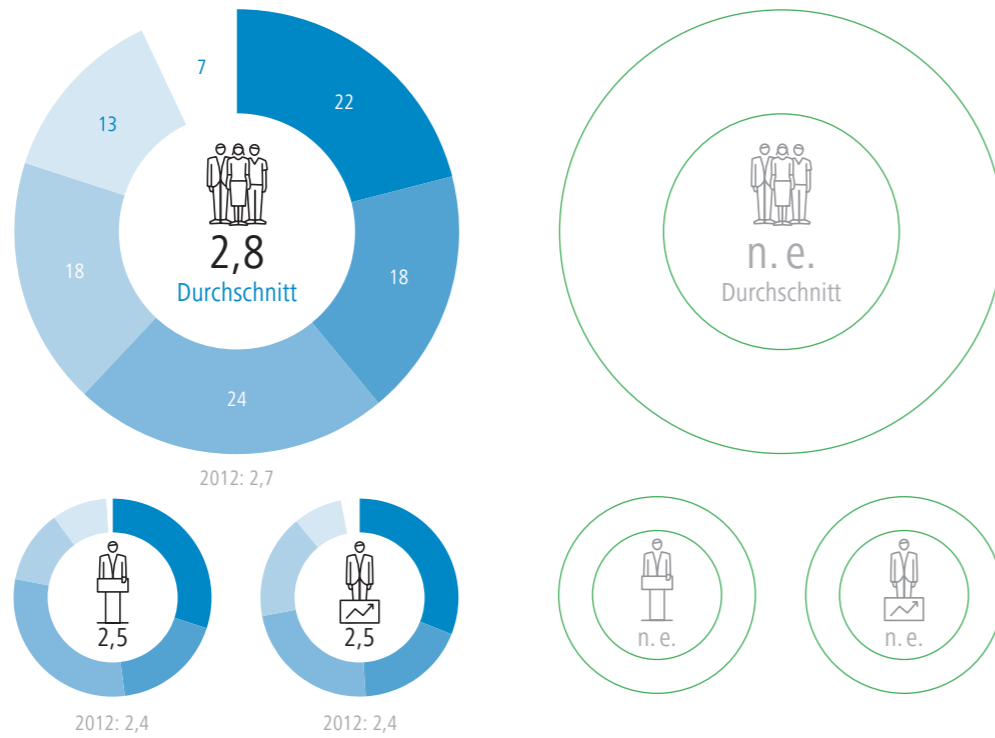


Abb. 5.14
Einschätzung der
öffentlichen Debattenkultur
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
In welchem Ausmaß werden
in China öffentliche
Debatten über politische und
soziale Themen geführt?

Fragstellung (CN):
In welchem Ausmaß werden
in Deutschland öffentliche
Debatten über politische und
soziale Themen geführt?

viele
teils, teils
wenige
weiß nicht/keine Angabe

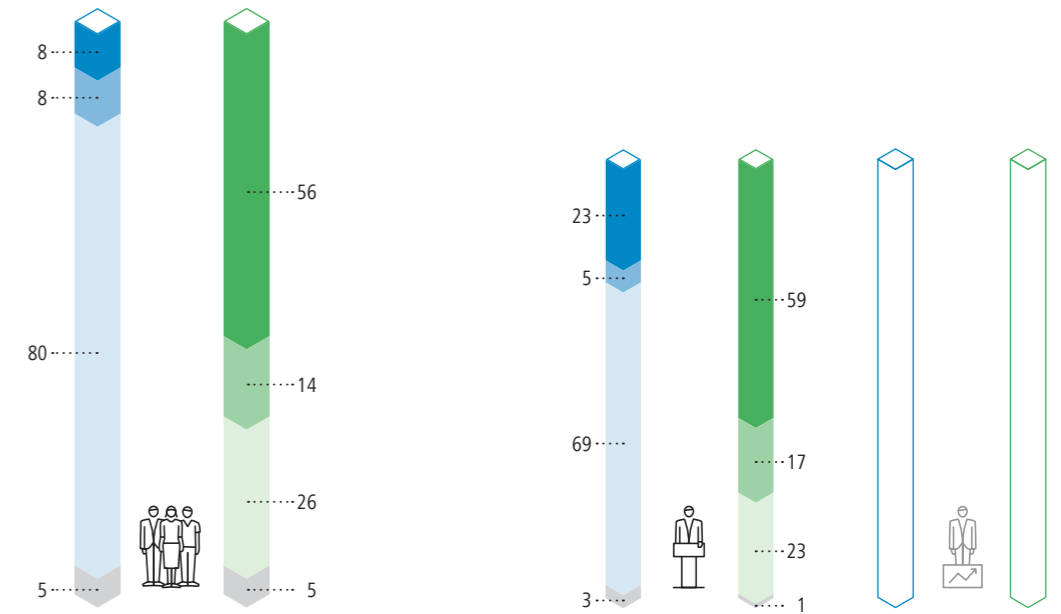


Abb. 5.15
Einschätzung der Freiheit der Meinungsäußerung im Internet
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie frei können in China Meinungen im Internet geäußert werden?

Fragestellung (CN):
Wie frei können in Deutschland Meinungen im Internet geäußert werden?

	China	Deutschland
In China ist freie Meinungsäußerung im Internet möglich.	4	59
In China sind Meinungsäußerungen im Internet teils frei, teils zensiert.	6	12
In China werden Meinungsäußerungen im Internet stark zensiert.	86	23
weiß nicht/keine Angabe	4	7

Abb. 5.16
Einschätzung der Konstitution des Mediensystems
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Sind Medien in China ausschließlich staatlich oder auch privat?

Fragestellung (CN):
Sind Medien in Deutschland ausschließlich staatlich oder auch privat?

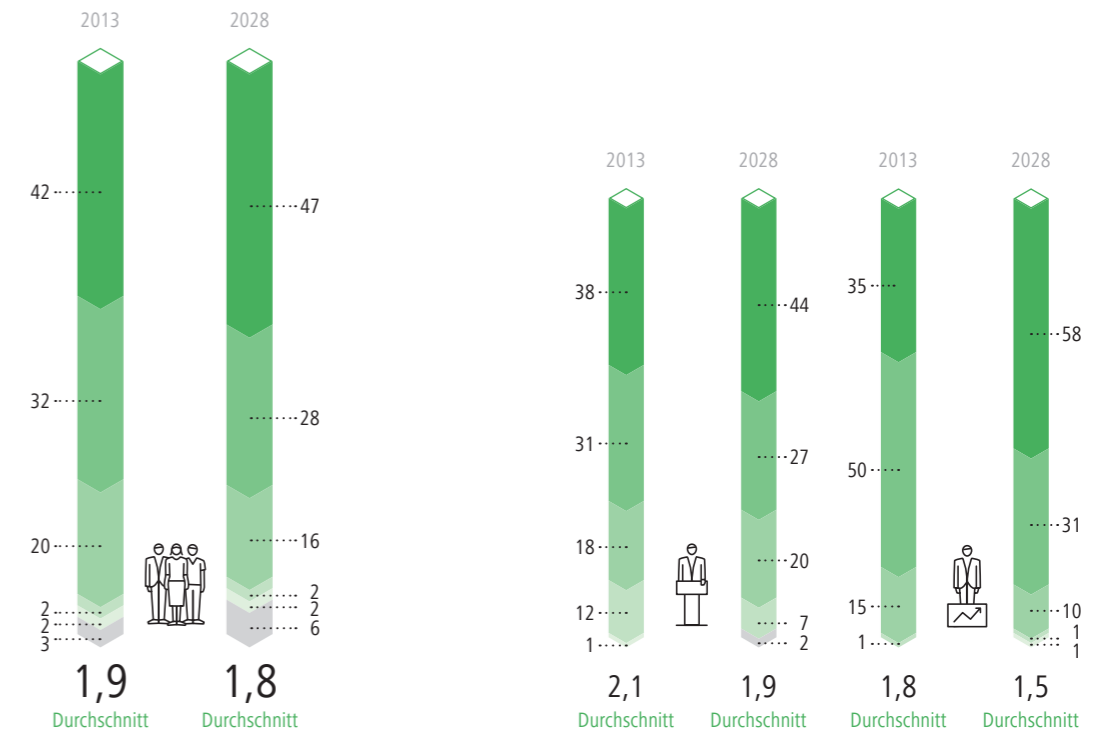
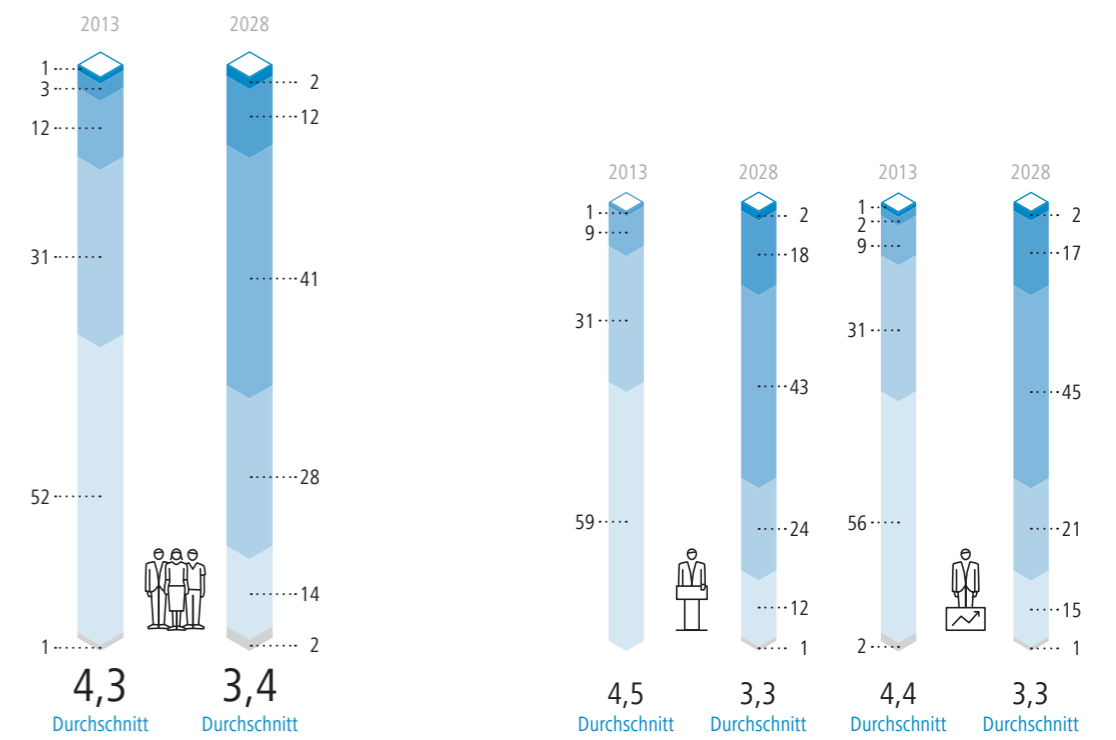
	China	Deutschland
In China gibt es ausschließlich staatlich kontrollierte Medien.	63	22
In China sind Medien sowohl staatlich als auch privat organisiert.	14	12
In China sind Medien auch privat organisiert.	14	60
weiß nicht/keine Angabe	9	6

Abb. 5.17
Einschätzung der Umwelt- und Klimaschutzpolitik heute und in 15 Jahren
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wo sehen Sie China gegenwärtig und in 15 Jahren bei der Umwelt- und Klimaschutzpolitik im weltweiten Vergleich?

Fragestellung (CN):
Wo sehen Sie Deutschland gegenwärtig und in 15 Jahren bei der Umwelt- und Klimaschutzpolitik im weltweiten Vergleich?

(1) Spitzengruppe
(5) Schlussgruppe
weiß nicht/keine Angabe



Wandel von Staat und Gesellschaft im Internetzeitalter

Deskription der Befragungsergebnisse: Internet und neue Medien

Die Perzeption der chinesischen Medienlandschaft und die Einschätzungen zu Freiheiten und Einschränkungen der Meinungsäußerung in China lassen deutlich erkennen, dass hier zwei widersprüchliche Chinabilder aufeinandertreffen. Auf der einen Seite nimmt die überwiegende Mehrzahl der Befragten an, dass keine Möglichkeit der freien Meinungsäußerung besteht (Bevölkerung: 87%; politische Entscheider: 96%; Wirtschaftsentscheider: 95 %) und das Internet zensiert wird. Auf der anderen Seite zeigen die Befragungsergebnisse, dass die deutsche Bevölkerung allgemein durchaus wahrgenommen hat, dass in der chinesischen Medienlandschaft durchaus eine Pluralisierung und Diversifizierung eingesetzt hat. Nur 63 % der Bevölkerung nehmen an, dass die Medien in China ausschließlich in staatlicher Hand seien. Auch die Tatsache, dass weniger als die Hälfte der Befragten davon überzeugt ist, dass in China kein freier Zugang zum Internet vorhanden sei, konterkariert die stereotype Wahrnehmung einer umfassenden staatlichen Kontrolle und Medienregulierung (Abb. 5.16).

In der wertenden Einschätzung der chinesischen Medien treffen mit Blick auf sozialistische Ein-Parteien-Systeme formulierte Vorannahmen und die Vorstellung einer sich formierenden globalen Informationsgesellschaft aufeinander. Dies führt zu in sich widersprüchlichen Ergebnissen und einer sichtbaren Ungewissheit in der Bewertung der VR China.

Die Mehrheit der deutschen Befragten geht davon aus, dass in der VR China allgemein eine starke Kontrolle des Staates über die Unternehmen besteht (1,9–2,3/5). Dieses Bild einer hierarchisch-zentralistischen Top-down-Organisation der VR China wirkt auch auf die Wahrnehmung des Mediensektors ein. Die Tatsache, dass Internetdienste von börsennotierten, privaten Unternehmen angeboten werden, ist in der allgemeinen Wahrnehmung der deutschen Bevölkerung noch nicht angekommen. Dies führt zu einer stark verzerrten Bewertung der VR China mit Blick auf die Frage nach den Funktionen des Internets in China und den Möglichkeiten der Artikulation von Interessen.

Einordnung und Hintergrund: Internet und neue Medien

Die Rolle, die Internettechnologien und modernen Kommunikationsmedien mit Blick auf gesellschaftliche und politische Prozesse zugeschrieben wird, beruht indirekt auf der Annahme, dass das Internet je nach Systemkontext unterschiedliche Funktionen habe. Generell werden moderne Kommunikationstechnologien und soziale Medien als mögliche Foren des Meinungsaustauschs und der Formierung einer zivilen Öffentlichkeit gesehen. Das Internet bietet Möglichkeiten des kostengünstigen multidirektionalen Informationsaustausches. Mit Blick auf demokratische Systeme wird erwartet, dass das Internet die Demokratie durchaus bestärkt und erweiterte Formen der Partizipation ermöglicht. Soziale Medien wurden nicht nur im US-amerikanischen Wahlkampf eingesetzt, sondern sind auch aktiv in die Strategien des E-Campaigning und der E-Governance der deutschen und europäischen Parteien integriert worden. Mit Blick auf nicht-demokratische Systeme hingegen wird postuliert, dass das Internet die Formierung und Koordinierung einer zivilen Opposition ermögliche und so das

politische System unter Zugzwang setze, der Bevölkerung mehr Freiheiten einzuräumen. Das Internet wird damit zu einer Art Instrument der Demokratisierung erhoben.

Die Geschichte des Internets in China ist ein Beleg dafür, dass letztere Erwartungen eher ein normatives Wunschdenken westlicher Demokratisierungsverfechter abbilden. Auch in China wird das Internet primär in den Bereichen E-Commerce und E-Government eingesetzt. Es dient also in erster Linie administrativen und kommerziellen Zwecken.

Der Einstieg der VR China in das digitale Internetzeitalter erfolgte Mitte der 1990er Jahre. Die Internetdurchdringung in China liegt mit etwa 40 % zwar noch weit unter dem OECD¹-Durchschnitt (80 %), doch sind die Anstiegsraten neuer Internet- und Mikroblogger sowie die absoluten Zahlen durchaus beeindruckend. Das Internet ist und bleibt ein Medium des urbanen Raumes, in dem über zwei Drittel aller Nutzer leben (2012: 72,4 %) (CNNIC 2013).

¹ OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development)

Abb. 5.18 Internetnutzer in China 2008–2012

Quelle: CNNIC (China Internet Network Information Center) 2012/2013

	Chinesische Internetnutzer (in Mio.)
2008	298
2009	384
2010	457
2011	513
2012	564

Dem Internet kommt eine wichtige Funktion in der Kommunikation zwischen Staat und Gesellschaft zu: Seit der zweiten Hälfte der 1990er Jahre wird in der VR China an der Digitalisierung von Verwaltungsakten und dem Aufbau von Strukturen der E-Governance gearbeitet. Zusätzlich ist mit dem „Government Online Project“ der Ausbau der Internetpräsenz staatlicher Einrichtungen und der Regierungsorgane erfolgt. Über diese Seiten und über Mikroblogs, die von Behörden und Einrichtungen angelegt worden sind, soll verstärkt eine Offenlegung von Informationen angestrebt und der Austausch mit der Bevölkerung gefördert werden. Gegenwärtig sind etwa 300 Millionen Mikroblogs in China registriert, darunter derzeit ca. 60–80 000 Mikroblogs der Regierung. Diese dienen in erster Linie der Veröffentlichung staatlich autorisierter Informationen. Sie sind serviceorientiert und sollen auch auf Anfragen von Internetnutzern direkt reagieren. Die neuen Möglichkeiten ziviler Beschwerdeingaben, sei es indirekt in Form von Mikroblogger-Einträgen, sei es direkt über die Online-Briefkästen staatlicher Einrichtungen, bedingen einen Wandel in den Kommunikations- und Interaktionsstrukturen zwischen Staat und Gesellschaft in der VR China (Kap. 7.3 *Gesellschaftlicher Wandel*).

Ergänzend sei an dieser Stelle noch darauf hingewiesen, dass es sich bei den großen chinesischen Internetserviceanbietern um private, börsennotierte Unternehmen handelt. Diese bedürfen zwar der Autorisierung durch staatliche Einrichtungen, doch verschreiben sie sich kommerziellen und nicht politischen Interessen. Oberstes Ziel ist die Gewinnmaximierung – und hierfür wiederum ist die Steigerung der Nutzerzahlen ausschlaggebend. Eine Firmenpolitik, welche die Interessen der chinesischen Internetnutzer missachtet, würde letztendlich das Aus des Unternehmens bedeuten. Diese Kosten-Nutzen-Abwägungen führen zu einer flexiblen Auslegung politischer Vorgaben. Zudem aber folgt aus der Fixierung der Internetunternehmen auf Nutzerzahlen, dass inaktive Accounts nicht geschlossen werden. Die Zahl der wirklich täglich aktualisierten Mikroblogs liegt, wie jüngst eine empirische Untersuchung der Universität Hongkong nachgewiesen hat, weit unter der Zahl der offiziell registrierten Nutzer (Fu/Chau 2013). Weiterhin ist nur ein geringer Teil der chinesischen Internetnutzer politisch aktiv.

.....
Deskription der Befragungsergebnisse: Rechtsstaat

Das wohl am stärksten emotionsgeladene Thema der deutsch-chinesischen Beziehungen ist die Frage der Menschenrechte und der Rechtsstaatlichkeit. Knapp ein Viertel der Berichte in den deutschsprachigen Printmedien widmet sich diesem Themenfeld. Dabei überwiegen kritische, normativ wertende Artikel (64 %), gefolgt von ambivalenten Bewertungen mit der Tendenz ins Negative (14 %).

Im weltweiten Vergleich wird China aus Sicht der deutschen Befragten in der Menschenrechtsfrage in der Schlussgruppe verortet. Gefragt nach den Entwicklungsprognosen über den Zeitraum von 15 Jahren – also über die Amtszeit der gerade neu ernannten Führung hinaus – wird ein Aufrücken ins Mittelfeld angenommen.

Der Begriff der Menschenrechte wird in der politischen Terminologie zumeist in Verbindung mit demokratischen Strukturen und partizipatorischen Rechten verwendet. Während jedoch eine positive Tendenz in der Entwicklung der Menschenrechte erwartet wird, bleiben die Befragten in der Frage, inwiefern die Demokratisierungsbewegung an Fahrt gewinne, eher skeptisch (3,3/5). Noch kritischer werden die Möglichkeiten der Partizipation und freien Meinungsäußerung eingestuft (4,5/5). In beiden Fällen ist der Maßstab, der von den Befragten an das chinesische System angelegt wird, allerdings der einer westlich-liberalen Demokratie.

80 % der befragten Bevölkerung gehen davon aus, dass in China keine Debatten über politische Themen geführt werden. Die befragten Politiker, die berufsbedingt über bessere Chinakenntnisse verfügen, fällen ein durchaus differenzierteres Urteil. Fast ein Viertel gibt an, dass in China durchaus Debatten zu politischen Themen geführt werden. In der Bevölkerung sind es lediglich 8 %.

.....
Einordnung und Hintergrund: Rechtsstaat

Die Einführung von Internettechnologien und sozialen Medien wurde in den 1990er Jahren als Beginn einer neuen Freiheitsära gefeiert. Der damalige Präsident der USA, Bill Clinton, postulierte, dass die Idee autokratischer Systeme, das Internet kontrollieren zu wollen, so erfolgreich sein werde wie der Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln. Umso paradoxer, dass sich diese Einschätzung nur wenige Jahre später radikal gewandelt hat. 2013 gehen 86 % der befragten deutschen Bevölkerung davon aus, dass Meinungsäußerungen im chinesischen Internet zensiert würden – eine entsprechende Kontrolle also auch effektiv umgesetzt werden könne.

Während die Bewertungen des politischen Systems auf der Skala zwischen Sozialismus und Kapitalismus zu keinem eindeutigen Ergebnis führen, besteht unter fast allen Befragten Einigkeit darüber, dass die VR China gegenwärtig nicht als Rechtsstaat bewertet werden könne. Während nur knapp die Hälfte der Bevölkerung der VR China grundsätzlich jede Form der Rechtsstaatlichkeit abspricht, sind die Gruppen der Politiker und Wirtschaftsentscheider hier etwas kritischer eingestellt (4,5/5 beziehungsweise 4,4/5).

Große Ungewissheit besteht hinsichtlich der zukünftigen politischen Entwicklung der VR China. Die Gruppe der Politiker enthält sich einer konkreten Aussage zur Zukunft des chinesischen Rechtsstaats (40 %). Unter den Wirtschaftsentscheidern jedoch findet sich ein leichter Optimismus. Von diesen wird ein Ausbau der rechtsstaatlichen Strukturen erwartet. Mit Blick auf diese widersprüchlichen Befragungsergebnisse liegt die Vermutung nahe, dass hier zwei leicht divergierende Interpretationen von Rechtsstaatlichkeit herangezogen werden. Eine politische, die indirekt die Menschenrechtsfrage und normative Wertemuster aufgreift, und eine ökonomisch geprägte, die primär den Schutz geistigen Eigentums und den Ausbau rechtlicher Strukturen im Wirtschafts- und Handelsbereich betont.

In der westlichen Debatte ist die Kritik an der Menschenrechtssituation in China nahezu omnipräsent. Diese Debatte ist stark normativ angelegt. Sie blendet die in China bereits erfolgten Bemühungen zum Aufbau eines modernen Rechtssystems mit Checks and Balances weitgehend aus.

Mit den Beschlüssen über Reform und Öffnung ist die VR China in eine neue Phase des Staatsaufbaus eingetreten. Der Aufbau der, so die offizielle Terminologie, „sozialistischen Marktwirtschaft“ erfordert die Formulierung eines neuen Wirtschaftsrechts, das sowohl den Strukturen der alten staatseigenen Betriebe als auch dem neu entstandenen privaten Sektor gerecht wird (Unternehmens- und Gesellschaftsrecht). Zusätzlich erfordern die Einbindung der VR China in den internationalen Wettbewerb und die Öffnung für ausländische Unternehmen und Direktinvestitionen eine Verrechtlichung des Wirtschafts- und Finanzsektors. Patentrecht und gewerblicher Rechtsschutz zählten zu den Grundvoraussetzungen für die Aufnahme der VR China in die WTO². Neben Gesetzen und Regelungen im Bereich der Wirtschaftsordnung mussten zugleich einheitliche Regelungen für die nun auf Arbeitsverträgen beruhenden Arbeitsverhältnisse geschaffen werden. Der Bereich des Wirtschaftsrechts ist damit einer Internationalisierung und Formalisierung unterworfen.

.....
2 WTO (World Trade Organization)

China nimmt aktiv an internationalen Dialogen und Trainingsprogrammen zur Reform der juristischen Institutionen teil. Dieser Schritt ist Teil der Bemühungen um administrative Reformen, die das Ziel verfolgen, die Leistungsfähigkeit des Systems zu erhöhen. Im Zuge der Liberalisierung der Wirtschaftsstrukturen und der Pluralisierung der Gesellschaft wurden eine Verrechtlichung und Institutionalisierung der Verwaltungsstrukturen angestrebt, die unter dem Begriff des „auf Gesetze gestützten Regierens“ in dem Bericht des 15. Parteitag (1997) dokumentiert wurden. Die Verfassungsrevision von 1999 setzte dies um mit der Formulierung: „Die VR China praktiziert eine auf Gesetze gestützte Regierung und errichtet einen sozialistischen Rechtsstaat“ (Verfassungszusatz 1999, neu eingefügter Absatz zu Artikel 5). Nicht „rule of law“ (Herrschaft des Rechts), sondern „rule by law“ (Herrschaft durch Recht) unterliegt diesem chinesischen Verständnis des Verhältnisses von Politik und Recht. In dem ersten Modell unterliegen alle Akteure gleichermaßen dem geltenden Recht, dessen

Einhaltung und Umsetzung durch unabhängige Institutionen überwacht wurden. Im zweiten Fall aber stützt die politische Führung ihre Herrschaft auf ein Recht, das von dieser selbst entworfen wird.

Festzuhalten ist auch, dass das chinesische Rechtsverständnis eine Synthese aus Elementen der internationalen Rechtsphilosophie und der chinesischen Rechtstraditionen darstellt. Letztere wiederum setzen sich aus zwei Hauptströmungen – einem konfuzianischen sowie einem legalistischen Rechtsverständnis – zusammen. Die konfuzianische Ordnung stützt sich auf moralische Verhaltensgrundsätze (li) und sieht das positive Recht sowie die Gesetze (fa) lediglich als ergänzende Instrumente zur Verteidigung der (konfuzianischen) Wertegemeinschaft. In der innerchinesischen Debatte ist der Rechtsstaatsgedanke zwar präsent, doch wird eine aus den chinesischen Rechtstraditionen des Konfuzianismus und des Legalismus abgeleitete Synthese aus Personenherrschaft und Gesetzesherrschaft angestrebt, die dem Recht eine instrumentelle Funktion zuschreibt.

.....
Deskription der
Befragungsergebnisse:
Umwelt

Smog, Luft- und Wasserverschmutzung und die damit verbundenen Gesundheitsrisiken dominieren die Berichterstattung der deutschsprachigen Medien zu China. Zwar widmen sich nur 8 % aller Artikel der Umweltthematik, doch handelt es sich hierbei um das viertwichtigste Thema, das als eigenständige Kategorie untersucht wird und dem damit eine ähnliche Bedeutung wie der chinesischen Außenpolitik, dem chinesischen System oder dem chinesischen Rechtsstaat beigemessen wird. Unter allen untersuchten Frames landet die chinesische Umweltpolitik auf Platz 5.

Die deutsche Medienberichterstattung kommt zu überwiegend pessimistisch-kritischen Lagebewertungen (46 %). Allerdings ist immerhin ein Viertel der Artikel neutral einzustufen, knapp ein Fünftel schwankt zwischen Optimismus und Pessimismus. Etwa ein Zehntel der Artikel hält positive Entwicklungen in der chinesischen Umweltpolitik fest.

.....
Einordnung und Hintergrund:
Umwelt

China hat mittlerweile den größten globalen ökologischen Fußabdruck aller Staatenakteure weltweit. Das chinesische Wachstum beruht auf ressourcenintensiver Produktion, die mit hohen Kosten für Umwelt und Gesellschaft verbunden ist. Kohle ist mit 70 % weiterhin der wichtigste Energieträger, gefolgt von Öl mit 17 %. Wasserkraft trägt gegenwärtig 6 % zum chinesischen Energiemix bei (EIA 2012).

Die Diversifizierung der Energieträger und die Hinwendung zu grünen Technologien, die seit Jahren von der chinesischen Regierung anvisiert werden, stellen eine Reaktion auf die sich drastisch verschlechternden Lebensbedingungen durch die mit dem Wirtschaftsboom einhergehende Umweltzerstörung dar. Zugleich aber sind sie eine strategische Reaktion auf die Abhängigkeit der chinesischen Wirtschaft von Energieimporten, die zumeist auf unsicheren Seewegen transportiert werden, wo sie den Gefahren der Piraterie und des maritimen Terrorismus ausgesetzt sind. Die Abhängigkeit von Importen wird in Krisen- und Konfliktzeiten wie im Fall des Inselstreits mit Japan oder aber der verstärkten Präsenz der USA in der Asien-Pazifik-Region als besonders prekär eingestuft.

Um die Abhängigkeit der chinesischen Wirtschaft von Energieimporten zu minimieren, war ursprünglich geplant, den Anteil an nuklear erzeugter Energie am gesamtchinesischen Energiemix zu erhöhen. Nach dem Zwischenfall in Fukushima wurden diese Pläne jedoch zwischenzeitlich weniger salonfähig. Der Anteil regenerativer Energien soll nun gezielt gefördert

und bis 2020 auf 15 % ausgebaut werden. Chinas derzeit geltender 12. Fünfjahresplan sieht zudem eine Einsparung des chinesischen Energieverbrauchs um 16 % und eine Reduktion der CO₂-Emissionen um 17 % gemessen am Bruttoinlandsprodukt (BIP) bis 2020 vor (The Central Government of the People's Republic of China [ohne Jahr]).

China verfolgt gerade im Umweltsektor das Ziel, innovative grüne Technologien auszubauen und ganz vorn an der Spitze der weltweiten Forschung und Entwicklung mitzuwirken. Hierzu gehört die Förderung von E-Mobility, aber auch der Bereich der Photovoltaik. Während die VR China aus deutscher Sicht gegenwärtig im Umweltbereich durchschnittlich im unteren Drittel verortet wird – von der Mehrheit sogar in der Schlussgruppe – gilt Deutschland im internationalen Vergleich aus chinesischer Sicht in diesem Bereich als der Spitzengruppe angehörig. In einer 15-Jahres-Perspektive wird durchaus angenommen, dass die VR China in diesem Bereich aufholen und in das Mittelfeld vorrücken wird. Für Deutschland hingegen wird prognostiziert, dass es sich weiterhin in der obersten Gruppe des Technologie- und Innovationsbereichs halten können wird.

5.4

5.4.1

Internationaler politischer Kontext

Wahrnehmung

Wie sehen Deutsche und Chinesen das jeweils andere Land im Vergleich zu anderen Staaten und wie bewerten sie dessen internationales Engagement?

Abb. 5.19a
Image verschiedener Länder
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Welches Bild haben
Sie persönlich von den
folgenden Ländern?

Fehlende Werte zu 100%:
weiß nicht/keine Angabe

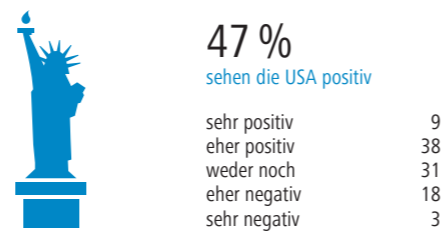
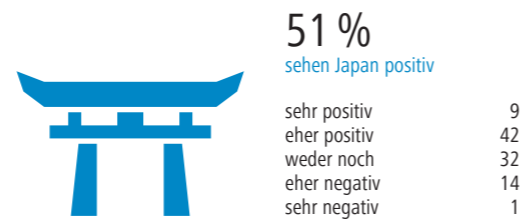
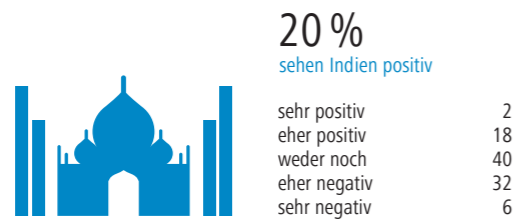
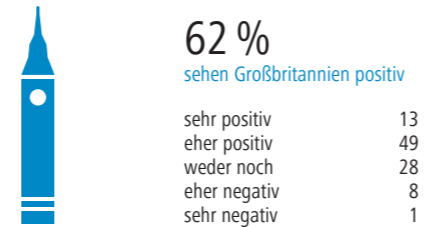
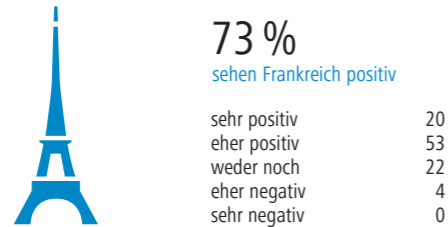


Abb. 5.19b
Image verschiedener Länder
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (CN):
Welches Bild haben
Sie persönlich von den
folgenden Ländern?

Fehlende Werte zu 100%:
weiß nicht/keine Angabe

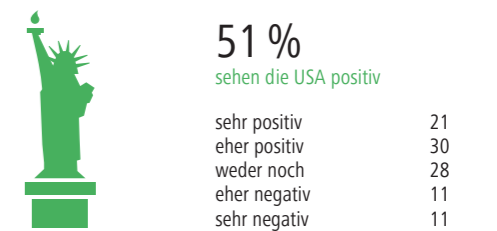
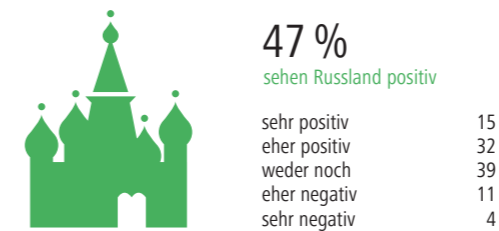
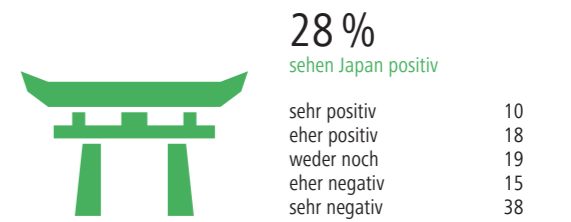
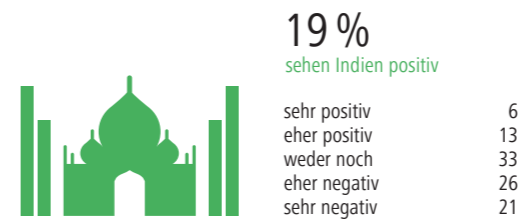
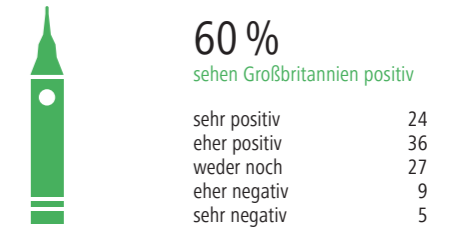
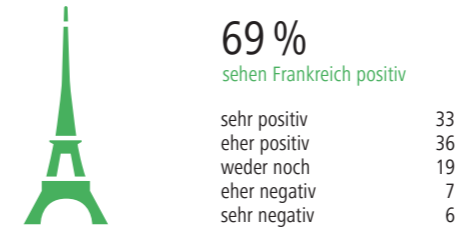
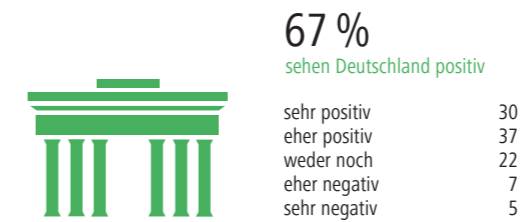
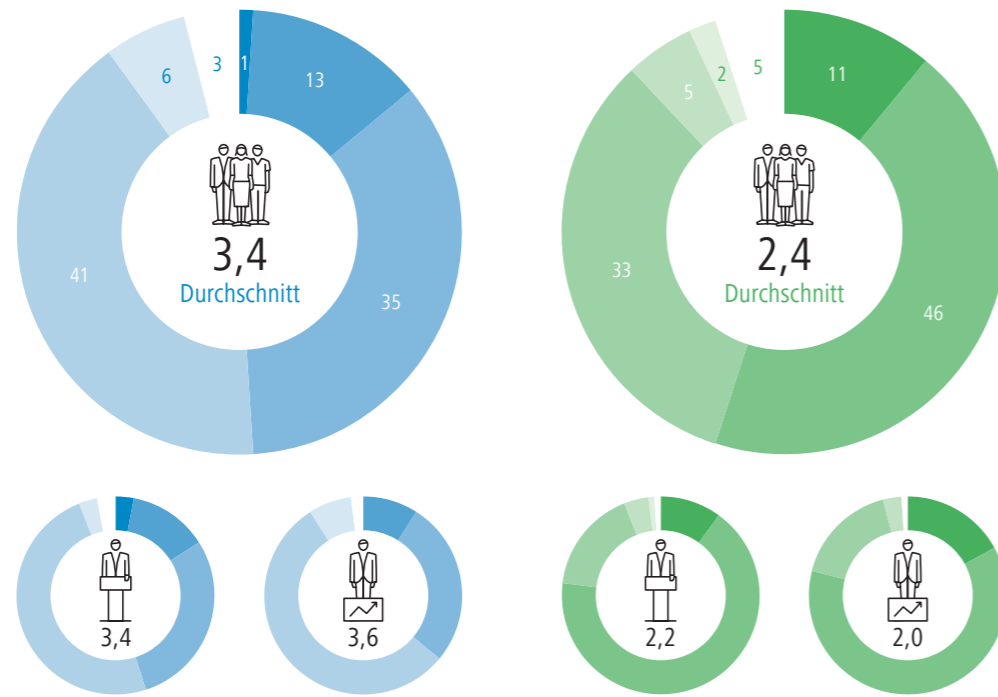


Abb. 5.20
Wahrnehmung des internationalen politischen Engagements (Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie nehmen Sie persönlich das internationale politische Engagement Chinas wahr?

Fragestellung (CN):
Wie nehmen Sie persönlich das internationale politische Engagement Deutschlands wahr?

(1) sehr positiv
(5) sehr negativ
weiß nicht/keine Angabe



5.4.2

China in der Weltpolitik: Aktiver Mitgestalter oder passiver Beobachter?

Deskription der Befragungsergebnisse:
Internationaler politischer Kontext I

Der Erfolg des europäischen Integrationsprozesses spiegelt sich deutlich in der überaus positiven Sympathiebilanz der deutschen Bevölkerung mit Blick auf Frankreich und Großbritannien wider. 20 % der Befragten stufen Frankreich als sehr positiv und 53 % als eher positiv ein. Mit 13 % als sehr positiv und 49 % als eher positiv folgt Großbritannien nur knapp dahinter. Die Ergebnisse der Befragungen der Politiker und Wirtschaftsentscheider sind in etwa vergleichbar.

Die Sympathiewerte für die USA weisen deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Gruppen der in Deutschland Befragten auf. 38 % der Bevölkerung stufen die USA als eher positiv ein, 31 % als neutral und 18 % als eher negativ. Das USA-Bild der befragten Politiker weist eine klarere Tendenz in Richtung positiver Sympathiewerte auf (über 60 %). Allerdings kommen die Negativbewertungen unter den Politikern immerhin auch auf 16 %. Das deutsche USA-Bild weist damit deutliche Eintrübungen auf. Die Politik der USA und die Verfasstheit ihres soziopolitischen Systems werden kritischer bewertet. Die zugleich hohen Sympathiewerte für andere (west-)europäische Systeme deuten darauf hin, dass der europäische Integrationsprozess nicht nur unter ökonomischen Gesichtspunkten betrachtet wird, sondern auch grundsätzlich einen Beitrag zur wechselseitigen Annäherung und gemeinsamen Identitätsbildung geleistet hat.

Unter den asiatischen Systemen erzielt Japan seitens der deutschen Bevölkerung die höchsten Sympathiewerte (51 %); China rangiert mit 24 % positiver Bewertungen noch vor Indien (20 %). Die Verfasstheit des politischen Systems – Demokratie versus Autokratie – spielt in diesem Fall folglich keine ausschlaggebende Rolle für die Verteilung der Sympathiewerte.

Das Indienbild deutscher Politiker fällt sehr viel positiver aus als das der deutschen Bevölkerung. Etwa ein Drittel bewertet Indien als eher positiv, ein gutes Drittel bleibt unentschieden (35 %), etwa ein Viertel kommt zu einer eher negativen Bewertung. Insgesamt zeichnet sich auch in den Befragungen der Politiker – im Vergleich der Bewertung Chinas und Indiens – ein Ergebnis zu Chinas Gunsten ab.

Kontakte mit China und Erfahrungen im Land haben unmittelbare Konsequenzen für die Bewertung anderer asiatischer Staaten. Politiker, die China bereits bereist haben, haben ein schlechteres Indienbild, zugleich aber ein deutlich besseres Japanbild als jene ohne Chinaerfahrung.

Russland – mit lediglich 18 % positiven Bewertungen gegenüber 42 % eher negativen Einstufungen – liegt auf der Sympathieskala der befragten deutschen Bevölkerung am negativen unteren Ende. Allerdings ist die politische Einstellung determinierend für die Gesamtbewertung. Anhänger der Linken bringen Russland deutlich höhere Sympathien entgegen; Anhänger der CDU/CSU wiederum bewerteten Russland immer noch positiver als Anhänger der SPD

und der Grünen. Die enormen Unterschiede in den Sympathiewerten für Russland und China sind ein Indikator dafür, dass diese trotz fortbestehender Kooperationsbeziehungen als eigenständige und voneinander unabhängige Akteure bewertet werden.

Der Blick deutscher Wirtschaftsentscheider weist die stärksten Abweichungen vom Durchschnittsergebnis der deutschen Bevölkerung auf. Japan rangiert hier in den Sympathiewerten noch vor Frankreich.

Einordnung und Hintergrund:
Internationaler politischer
Kontext I

Die Ungewissheit in der Bewertung des chinesischen Systems setzt sich weiter fort in der Betrachtung und Projektion der internationalen Rolle, die der VR China von außenstehenden Beobachtern zugeschrieben wird. Zwischen dieser Außenwahrnehmung und dem Bild, das die VR China von sich selbst entwirft, bestehen extreme Diskrepanzen. So postuliert die VR China für sich selbst eine Außenpolitik zu verfolgen, welche die Prinzipien der nationalen Souveränität und territorialen Integrität an oberste Stelle setzt. Dem entgegen stehen Bedrohungsperzeptionen des Westens, der in der Ausweitung der ökonomischen Aktivitäten Chinas einen Angriff auf die westliche Werteordnung sieht oder beispielsweise auch mit Blick auf das Engagement Chinas in Afrika von einer neokolonialistischen Ausrichtung der chinesischen Außenpolitik spricht. Auch die Erhöhung des chinesischen Militärhaushaltes wird als Beleg dafür angeführt, dass sich die VR China nun aktiver, wenn nicht sogar aggressiver in der Region Ostasien und möglicherweise auch weiterführend im internationalen Kontext positioniere.

Gefragt nach dem internationalen Engagement der VR China ordnet etwa die Hälfte der Befragten dieses als eher negativ ein (41 %). Da in dieser Frage nicht spezifiziert wurde, an welches spezifische Politikfeld hierbei zu denken wäre, zeigen die Ergebnisse, dass negative und konfliktgeladene Fallbeispiele die Außenwahrnehmung der VR China maßgeblich bestimmen. Entsprechend nehmen nur 14 % die Rolle Chinas als positiv wahr. Da sich durchaus einige Bereiche der globalen Politik benennen lassen, in denen China einen Beitrag zur Stabilisierung der internationalen Ordnung leistet und zum Funktionieren der Weltpolitik beiträgt – zu denken wäre an die Hilfsmissionen der Vereinten Nationen, aber auch an den Einstieg der VR China in die koordinierte Bekämpfung der Piraterie im Golf von Aden seit 2009 –, scheint die dominierende Negativberichterstattung der Medien maßgeblichen Einfluss auf das Chinabild der Bevölkerung zu haben.

Ausschlaggebend für die allgemeine Einschätzung der VR China sind neben den konkreten Politikfeldern auch die gewählten Vergleichsmaßstäbe und Vergleichsgruppen. Historisch gesehen wurde die VR China dem sozialistischen Block zugerechnet: zunächst als Kopie und Verbündeter der Sowjetunion, später, nach dem ideologischen Bruch, als maoistische Alternative. Im Zeitalter des Kalten Krieges wurde mit der Zwei-Lager-Theorie ein unüberwindbarer Widerspruch zwischen kapitalistischen und sozialistischen Systemen und somit auch zwischen China und den westeuropäischen Staaten konstruiert. Mit Beginn der Reform- und Öffnungspolitik (1978) hat die VR China sich offiziell von einer revolutionären Außenpolitik, wie sie von der Sowjetunion, aber auch der maoistischen VR China postuliert wurde, losgesagt. An die Stelle von „Krieg und Revolution“ ist das dreifache Dogma von „Frieden, Entwicklung, Kooperation“ getreten. Wie aber schlägt sich dieser Wandel in der Außenbewertung der VR China auf einer Vergleichsmatrix mit anderen Staaten nieder?

Das internationale Image Russlands ist in den Augen der deutschen Bevölkerung deutlich negativer als das der VR China. Diese Perzeptionsdivergenzen lassen sich nicht zuletzt auf den Erfolg beziehungsweise Misserfolg der sozioökonomischen Modernisierungsansätze der

beiden post-sozialistischen beziehungsweise post-maoistischen Systeme zurückführen. Die radikale Umstellung des Wirtschaftssystems hatte den Zusammenbruch der Sowjetunion und einen enormen Reputationsverlust zur Folge. Wenngleich Russland weiterhin als ständiges Mitglied im UN-Sicherheitsrat über ein Veto verfügt und somit einen wichtigen Spieler im internationalen System darstellt, hat es doch an ökonomischer Macht und symbolischem Einfluss verloren. Die VR China hat, ihre Lehren aus der Sowjetunion ziehend, inkrementelle Reformen eingeführt und das Wirtschaftssystem schrittweise umgestellt. Auch die seit 2013 im Amt befindliche Xi-Li-Regierung hat sich mehrfach symbolisch von den Modernisierungsansätzen der Sowjetunion (und auch Russlands) distanziert. Der relative Erfolg des chinesischen Modernisierungsweges schlägt sich auch in der allgemeinen Bewertung der VR China nieder. Im Zuge der Reformen hat die VR China nicht nur Liberalisierungsschritte in der nationalen Wirtschaft eingeleitet, sondern auch international eine Hinwendung zu multilateralen Strukturen vollzogen. Es wird damit nicht länger als Herausforderer des internationalen Systems, sondern als wichtiger Stabilisator und neuerdings auch als potenzieller Mitgestalter perzipiert.

China und Indien werden allgemein als „asiatische Giganten“ klassifiziert. In beiden Fällen handelt es sich um Staaten, die zu neuem globalen Status aufsteigen. China und Indien sind beide Gründungsmitglieder der 2009 im russischen Jekaterinburg ins Leben gerufenen Gruppe der BRICS-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China, Südafrika). Diese Staatengruppe zeichnet sich durch ihr hohes Wirtschaftswachstum, aber auch ihre enormen Devisenreserven aus. 2013 verkündeten die BRICS-Staaten auf ihrem gemeinsamen jährlichen Gipfeltreffen, eine eigene BRICS-Entwicklungsbank einrichten zu wollen. Während die BRICS-Staaten zwar vereinfachend als ein in sich geschlossener, heterogener Akteur wahrgenommen werden, der für fünf Nationen, vier Kontinente und 43 % der Weltbevölkerung steht, zeigen doch aktuelle Studien, dass innerhalb dieser Gruppe Systemdivergenzen und Interessensunterschiede überwiegen. Dies gilt auch für die beiden asiatischen BRICS-Mitglieder, für die zuvor eine symbolische Nähe durch die Verortung im asiatischen Kontext und die Berufung auf ein asiatisches Wertesystem angenommen worden war. Indien, offiziell der Gruppe der Demokratien zugeordnet, verzeichnet dennoch aus deutscher Sicht deutlich schlechtere Sympathiewerte als die VR China.

Die Systemfrage ist damit jedoch für die Bewertung eines Staates aus der Außensicht alles andere als hinfällig. Denn weiterhin erzielen westliche Demokratien, insbesondere Frankreich und Großbritannien, in der Befragung der deutschen Bevölkerung deutlich höhere Sympathiewerte als die VR China. Auch die USA werden verhältnismäßig positiv eingestuft, obwohl immerhin ein Fünftel der Bevölkerung diese eher kritisch bis negativ bewertet.

Deskription der
Befragungsergebnisse:
Internationaler politischer
Kontext II

Chinas Blick auf die einzelnen Staaten weicht deutlich von den Bewertungen durch die deutschen Befragten ab. Historische Konflikte und geostrategische Konkurrenzbeziehungen spiegeln sich deutlich in den Sympathiewerten wider, die anderen Systemen entgegengebracht werden. Dies kommt insbesondere in der Bewertung Japans und Indiens zum Ausdruck.

Reise- oder Arbeitserfahrung in Deutschland führen zu einer partiellen Umverteilung von Sympathiewerten, tradierte Freund-Feind-Bilder werden hinterfragt oder auch relativiert. Dies spiegelt sich insbesondere in der Bewertung Japans und der USA wider, die traditionellerweise aus der chinesischen Perspektive eher kritisch beäugt werden. Personen, die einen längeren Aufenthalt in Deutschland absolviert haben, stuften beide Systeme deutlich positiver als der Durchschnitt der chinesischen Befragten ein.

Trotz aller historischen und ideologischen Dispute und Verwerfungen hat die chinesische Bevölkerung ein vergleichsweise positives Russlandbild.

Chinas Wahrnehmung und Einstufung der gleichen Akteure fällt – mit den USA als einziger Ausnahme – deutlich negativer aus. Die Beziehungen mit anderen asiatischen Akteuren sind von regionaler Konkurrenz und historischen Konflikten überschattet. Der chinesisch-indische Grenzkonflikt aus den frühen 1960er Jahren, aber auch der geostrategische Wettbewerb um Macht, Einfluss und Ressourcen schlagen sich in einer vergleichsweise negativen Sicht auf Indien nieder. Auch mit Japan sind die Beziehungen temporär durchaus angespannt. Die Niederlage des chinesischen Kaiserreiches im Krieg mit Japan (1894/1895) steht symbolisch für einen traumatischen Einschnitt in der chinesischen Geschichte, dessen Auswirkungen auf das Selbstverständnis Chinas sehr viel entscheidender waren als die Niederlage gegen die Kanonenboote des Westens in den vorangegangenen Opiumkriegen. Die Herauslösung des Mustervasallenstaates des chinesischen Kaiserreiches, Korea, aus dem chinesischen Tributsystem durch den Vertrag von Shimonoseki (1895) stellte die chinesische Weltordnung und das Selbstverständnis Chinas als symbolisches Zentrum Ostasiens nachhaltig infrage. Aber auch die Erfahrungen des zweiten Krieges zwischen China und Japan ab 1937, der seinen Höhepunkt mit dem Massaker von Nanking fand, und das aus chinesischer Sicht nicht oder nur unzureichend erfolgte Schuldbekentnis sowie die Entschuldigung der japanischen Seite für die vorgefallenen Kriegsgräuere wirken weiterhin belastend auf die Wahrnehmung Japans durch China. Historische Konfliktlinien und Gebietsansprüche, aber auch geostrategische Kalkulationen und die Konkurrenz um Kontroll- und Nutzungsrechte im Ost- und Südchinesischen Meer flammen immer wieder erneut auf.

Das Russlandbild der chinesischen Stichprobe ist hingegen sichtbar positiver als das der deutschen Bevölkerung. Dies ist auf den ersten Blick ein durchaus unerwartetes Ergebnis, blickt man zurück auf die durchaus konfliktgeladenen Beziehungen zwischen der maoistischen VR China und der Sowjetunion. Die chinesische Konzeption des Sozialismus wurde damals aus sowjetischer Perspektive als Aberration eingestuft, betonte doch die maoistische Version des Sozialismus weiterhin den Personenkult – dem die KPdSU nach 1956 abgeschworen hatte – und hielt die Idee der permanenten Revolution aufrecht. Das Scheitern der Sowjetunion 1989–1991 wird aus chinesischer Sicht als Rechtfertigung des chinesischen Sonderweges angeführt. Chinesische Analysen ziehen eine klare Trennlinie zwischen der Sowjetunion und dem post-sowjetischen Russland. Seit der zweiten Hälfte der 1990er Jahre hat sich mit den Shanghai Five, die 2001 zur Shanghaier Organisation für Zusammenarbeit ausgebaut wurde, eine neue Kooperationsstruktur zwischen China und Russland ergeben. Die Koordination von Standpunkten und gemeinsamen Interessen ist sukzessive intensiviert worden. Neben bilateralen Gesprächen findet der Austausch zudem über die Treffen der BRICS-Staaten statt. Auch in internationalen Organisationen beziehen China und Russland, wie das Beispiel der Vereinten Nationen verdeutlicht, immer wieder gemeinsame Positionen, insbesondere wenn es um die Frage internationaler Interventionen und Sanktionen geht.

Das chinesische Deutschlandbild ist um ein Vielfaches positiver als umgekehrt die Wahrnehmung der VR China durch Deutschland. Chinas positive, mitunter durchaus euphorisch-verklärte Deutschlandperzeption, wird damit nicht erwidert. Die chinesische Bevölkerung nimmt Deutschland als eine der führenden Wirtschaftsnationen sowie als Produzent hochwertiger Automobile wahr. Innovation und Hochtechnologien sind Schlüsselbegriffe, die mit Deutschland assoziiert werden (s. Kap. 4.1, Abb. 4.01b). Abstrakt befragt bewerten zwei Drittel der chinesischen Bevölkerung das politische System Deutschlands als positiv. Die

Kategorisierung und Typologisierung Deutschlands durch die chinesische Seite erscheint äußerst homogen. Deutschland gilt in seiner politischen Verfasstheit als Demokratie, seine ökonomische Grundstruktur wird als kapitalistisch eingeordnet. Die deutsche Spielart des Kapitalismus wird allerdings nicht als Reinform eingestuft. Die auf chinesischer Seite vorhandene Kenntnis des Prinzips der sozialen Marktwirtschaft und die Existenz einer ganzen Reihe redistributiver Maßnahmen werden dadurch abgebildet, dass etwa ein Viertel der chinesischen Bevölkerungsstichprobe Deutschland als „sozialistischen“ Staat klassifiziert (s. Kap. 5.2.1, Abb. 5.06).

5.5

5.5.1

Bilaterale politische Beziehungen

Wahrnehmung

Welchen Stellenwert haben die bilateralen politischen Beziehungen und wie wird die Außenpolitik des jeweils anderen bewertet?

Abb. 5.21
Sorge angesichts ...
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Was empfinden Sie angesichts
Chinas Stärke, Macht und
Größe?

Fragestellung (CN):
Was empfinden Sie angesichts
Deutschlands Stärke und
Macht?

Dimension „Größe“ wurde in
China nicht erfragt.

Fehlende Werte zu 100 %:
weiß nicht/keine Angabe

sehr/eher besorgt
wenig/überhaupt nicht
besorgt

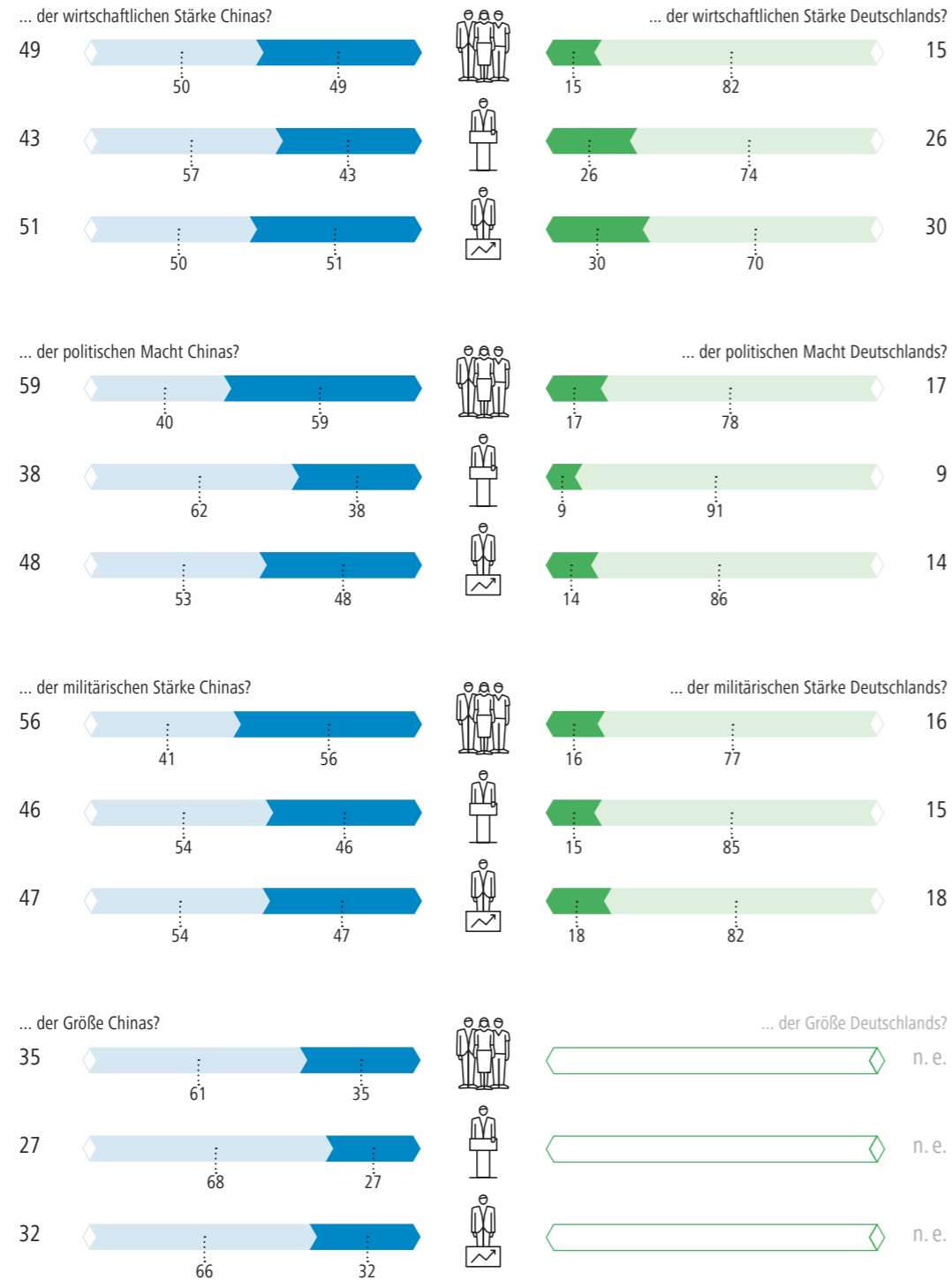


Abb. 5.22
Einschätzung der Bedeutung
internationaler Beziehungen
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Welche internationale
Beziehung ist Ihrer Ansicht
nach – in politischer sowie
wirtschaftlicher Hinsicht –
die wichtigere für
Deutschland?

Fragestellung (CN):
Welche internationale
Beziehung ist Ihrer Ansicht
nach – in politischer sowie
wirtschaftlicher Hinsicht –
die wichtigere für
China?

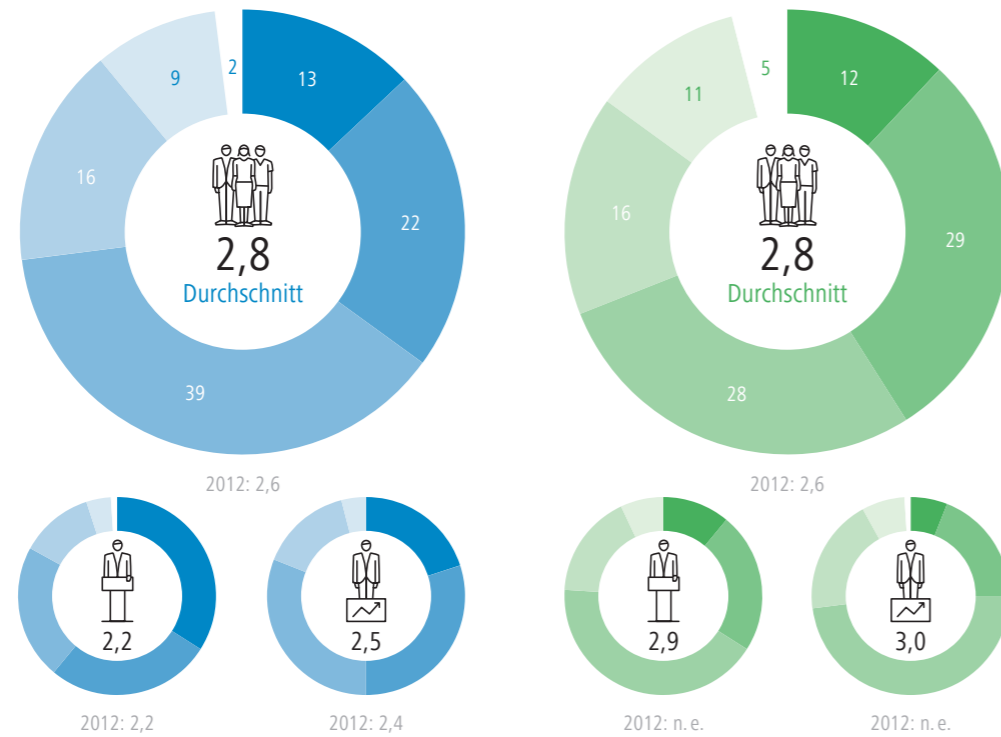
	in politischer Hinsicht			in wirtschaftlicher Hinsicht		
	China	USA	Europa	China	USA	Europa
Die Beziehung zu China ist die wichtigere für Deutschland.	6	6	3	27	35	33
Die Beziehung zu den USA ist die wichtigere für Deutschland.	38	54	42	15	23	18
Die Beziehungen zu China und den USA sind gleich wichtig.	56	40	55	57	42	49
weiß nicht/keine Angabe	0	0	0	1	0	1
	in politischer Hinsicht			in wirtschaftlicher Hinsicht		
	China	USA	Europa	China	USA	Europa
Die Beziehung zu Europa ist die wichtigere für China.	19	19	14	23	13	18
Die Beziehung zu den USA ist die wichtigere für China.	12	7	9	19	9	10
Die Beziehungen zu Europa und den USA sind gleich wichtig.	66	74	77	56	78	73
weiß nicht/keine Angabe	2	0	0	2	0	0

Abb. 5.23
Wahrnehmung der Außenpolitik
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Zustimmung der Deutschen zur Aussage: „China mischt sich in die Belange anderer Länder ein.“

Fragestellung (CN):
Zustimmung der Chinesen zur Aussage: „Deutschland mischt sich in die Belange anderer Länder ein.“

(1) stimme voll zu
(5) stimme gar nicht zu
weiß nicht/keine Angabe



5.5.2

China, Deutschland und die Welt: Strategische Partnerschaften

Deskription der Befragungsergebnisse:
Bilaterale politische Beziehungen

Etwa ein Drittel der befragten deutschen Bevölkerung nimmt das internationale politische Engagement der VR China als „neutral“ wahr, 41 % hingegen kommen zu einem eher negativen Urteil.

Von den befragten Politikern kommen 52 % zu einer negativen Bewertung, unter den Wirtschaftsentscheidern sind dies sogar 63 %. Dies zeigt deutlich, dass Spannungen und Interessenskonflikte in der Praxis der bilateralen Kontakte zu einem negativeren Gesamtbild beitragen.

Wenngleich ein großer Anteil der Befragten Chinas internationales Engagement als negativ einstuft (s. Kap. 5.4.1, Abb. 5.20), so deutet doch der Anteil „neutraler“ oder tendenziell „positiver“ Einstufungen der chinesischen Außenpolitik darauf hin, dass eher eine Neubewertung der chinesischen Politik eingesetzt hat. Die VR China wird durchaus, trotz mitunter heftiger Kritik in einzelnen Politikfeldern, als ein wichtiger und unverzichtbarer Akteur der internationalen Politik gesehen.

Dass Chinas neue Rolle in der Weltpolitik und seine ökonomische Stärke Bedrohungsszenarien hervorrufen kann, bleibt unbestritten. Direkt hiernach befragt, fällt das Ergebnis, inwiefern China aus deutscher Sicht als Bedrohung zu werten ist, eher unentschieden aus. Lediglich mit Blick auf Chinas politische Macht und seine militärische Stärke sind 59 % beziehungsweise 57 % der befragten Bevölkerung als „besorgt“, sodass in diesen Bereichen die Verunsicherung ein wenig ausgeprägter ist. Die Gruppe der Politiker sieht die politische, militärische und ökonomische Stärke Chinas sehr viel entspannter als die Gruppe der Wirtschaftsentscheider. Paradoxe Weise stuft die Mehrheit der Befragten die Chinesen zugleich als ein „friedliches Volk“ ein (s. Kap. 7.1, Abb. 7.04a).

Einordnung und Hintergrund:
Bilaterale politische Beziehungen

Diplomatische Beziehungen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der VR China bestehen seit dem Jahre 1972. Seitdem sind die Beziehungen nicht nur im politischen, sondern auch im gesellschaftlich-kulturellen und wirtschaftlichen Bereich sukzessive ausgebaut worden. China ist der wichtigste Handelspartner Deutschlands in der Region Asien, umgekehrt ist Deutschland Chinas wichtigster Handelspartner in Europa. Die Intensivierung der Wirtschaftskooperation wiederum hat Rückwirkungen auf die strategische Partnerschaft der beiden Staaten. Im Jahr 2011 wurde diese um direkte Regierungskonsultationen ergänzt, an denen neben den jeweiligen Regierungschefs auch Vertreter der Fachministerien teilnehmen.

Wiewohl China in der Weltpolitik an Sichtbarkeit gewonnen hat, wird dies aus Sicht der deutschen Befragten nicht automatisch mit einer verstärkten Einmischung Chinas in die Belange anderer Länder gleichgesetzt. Die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung decken sich damit mit dem Selbstbild Chinas als Akteur der internationalen Politik. Grundlage der chinesischen Außenpolitik sind weiterhin die „Fünf Prinzipien der friedlichen Koexistenz“, die ursprünglich

in den 1950er Jahren formuliert worden waren. Diese umfassen neben der Unverletzlichkeit der territorialen Integrität und nationalen Souveränität insbesondere das Prinzip der Nicht-einmischung in die inneren Angelegenheiten anderer Staaten. Eben dieses axiomatische Grundprinzip verpflichtet die VR China zu außenpolitischer Zurückhaltung, zu Expansions- und Interventionsverzicht. Dem eigenen Anspruch nach verfolgt die VR China eine Außenpolitik, die auf der friedlichen Koexistenz unterschiedlich verfasster politischer Systeme und Zivilisationen beruht. Bilaterale Interaktionen sollen, so die offizielle chinesische Definition strategischer Partnerschaften, auf wechselseitigem Respekt beruhen und für beide Seiten von Vorteil sein. Angestrebt werden symmetrische, also formal gleichberechtigte Beziehungsstrukturen.

Im Zuge der Ausweitung der Aktionsbereiche chinesischer Unternehmen in anderen Weltregionen sind einige Modifikationen und Feinjustierungen der chinesischen Außenpolitik vorgenommen worden, die zwar die Grundprinzipien nicht infrage stellen, jedoch einige Kursanpassungen an ein verändertes außenpolitisches Handlungsumfeld vornehmen. So beteiligt sich die VR China seit 2009 an der Bekämpfung der Piraterie im Golf von Aden und der Sicherung der internationalen Seewege. Auch wurde die chinesische Volksbefreiungsarmee bereits mehrfach eingesetzt, um chinesische Staatsangehörige – zumeist im Ausland tätige Unternehmer und ihre Familien – aus Konfliktregionen zu evakuieren. Damit ist das Aufgabenspektrum des chinesischen Militärs um Einsätze jenseits des chinesischen Territoriums ergänzt worden. Wie die Bevölkerungsbefragung zeigt, sind die Deutschen gespalten, wie die militärische Macht der VR China mit Blick auf die bilateralen Beziehungen zu bewerten sei. Die Erhöhung des chinesischen Militärhaushaltes der VR China, der auf den Jahrestagungen des Nationalen Volkskongresses beschlossen wird, führt alljährlich wiederkehrend zu neuerlichen Spekulationen über Chinas potentielle Großmachtambitionen. Dabei betragen die chinesischen Militärausgaben gerade einmal ein Siebtel der Ausgaben der USA. Insofern scheint die Erklärung, dass die Erhöhung der Professionalisierung und Modernisierung der Streitkräfte geschuldet sei und sich nicht gegen einen dritten Staat oder eine Gruppe von Staaten richte, durchaus plausibel. Selbst wenn die offiziellen Angaben zum chinesischen Militärhaushalt mit Skepsis betrachtet werden, da beispielsweise die Posten für Forschung und Technologieentwicklung gesondert gebucht werden¹, sind doch die Ausgaben für innere Sicherheit seit Jahren deutlich höher als die für Chinas Außenverteidigung. Auch ist das Verteidigungsbudget der USA etwa sieben Mal so hoch wie das der VR China – was letztendlich das Szenario eines chinesischen Expansionsstrebens ad absurdum führt.

In den bilateralen Beziehungen zwischen China und Deutschland spielen militärische Aspekte derzeit allenfalls eine nachgeordnete Rolle. An erster Stelle stehen ökonomische Interessen, gepaart mit Überlegungen zur strategischen Kooperation in transregionalen und globalen Themenbereichen. Die chinesisch-deutschen Beziehungen sind zugleich Teil der sino-europäischen Beziehungen. Das 16. Gipfeltreffen zwischen China und der Europäischen Union, das im November 2013 in Peking stattfand, betonte noch einmal die Komplementarität der Interessen beider Partner und endete mit der Verabschiedung einer gemeinsamen Agenda 2020. Diese sieht den Ausbau der Kooperation in Bereichen wie Innovation, nachhaltiger Entwicklung und Umweltschutz oder Urbanisierung vor (EEAS 2013).

Von chinesischer Seite werden die sino-europäischen Beziehungen als frei von historischen und geostrategischen Konflikten eingestuft. Dies gilt übertragen auch für die Beziehungen zwischen China und Deutschland. Dementsprechend ist die Berichterstattung der deutschsprachigen Medien zum Bereich der chinesischen Außenpolitik überwiegend sachlich-

neutral (60%). Ergebnisse und Entwicklungen werden dokumentiert, normative Kritik findet sich lediglich vereinzelt. Obzwar Berichte, die Chinas Außenpolitik explizit positiv bewerten, mit 5% der Stichprobe nur einen sehr kleinen Anteil ausmachen, ist dies doch ein möglicher Beginn für ein Umsteuern in der Chinaberichterstattung und auch in der Wahrnehmung Chinas aus der westlichen Perspektive.

Jeweils etwa ein Fünftel aus dieser Artikelgruppe ist in der Bewertung der chinesischen Außenpolitik gespalten oder aber kritisch eingestellt. Um dieses Ergebnis weiterführend diskutieren zu können, wären ergänzende Auswertungs- und Befragungsrunden notwendig, welche die chinesische Außenpolitik in weitere Unterkategorien zerlegen. Zudem müsste eine kontextsensitive Analyse erfolgen, die das Chinabild der Medienberichterstattung vor dem Hintergrund aktueller Ereignisse beleuchtet. Zu erwarten – und nur durch Weiterführung der Perzeptionsanalyse in den kommenden Jahren zu belegen – wäre, dass Konflikte und Spannungen zwischen der VR China und den westlichen Staaten sowie ihren strategischen Partnern sich auf die Bewertung des internationalen Engagements niederschlagen.

Bilanz

Die Wahrnehmung der chinesischen Politik ist hin- und hergerissen zwischen Faszination und Ungewissheit. In vielen Bereichen wie Menschenrechte, Rechtsstaatlichkeit und Medienzensur fällt das Votum der Befragten eher negativ aus. Doch lassen sich die hybriden Systemstrukturen der VR China mit den althergebrachten Typologien in ihrer Komplexität nicht abbilden. Mit dem Wandel Chinas seit 1978 sind eindimensionale Klassifizierungsmodelle hinfällig geworden.

Das chinesische Modell vereint auf den ersten Blick scheinbar widersprüchliche, inkompatible Elemente. Marktprinzipien sind in das planwirtschaftliche System integriert worden. Die hieraus resultierende Restrukturierung der sozioökonomischen Strukturen der VR China hat einen umfassenden Adaptionsprozess von Staat und Partei in Gang gesetzt – der jedoch nicht dem Muster einer westlich-liberalen Demokratisierung folgt.

Vielfach beruht die Außenwahrnehmung der chinesischen Politik auf stereotypen Grundannahmen, die häufig noch aus den Zeiten der maoistischen VR China stammen. Diese oft stark ideologisch geprägten Vorstellungen sind mit den aktuellen Entwicklungen, die auch über die Medien durchaus umfassend und mit entsprechender Sachkenntnis dokumentiert werden, nur bedingt zu vereinbaren.

Ein Umdenken in der Bewertung des chinesischen politischen Systems und der Außenpolitik der VR China zeichnet sich insbesondere seit dem Ausbruch der globalen Banken- und Finanzkrise ab. Krisen und Erschütterungen der etablierten Strukturen können nicht nur ein Nachdenken über die Verfasstheit des jeweils eigenen Systems, sondern auch über die politische und ökonomische Realität anderer Staaten anstoßen. Wie die Auswertung der Medien- und Perzeptionsanalyse zeigt, bestehen Bedrohungsperzeptionen zwar fort, sind jedoch in einigen Bereichen schon relativiert worden. Das Chinabild als solches ist komplexer und zugleich fragmentierter geworden.

¹ Für eine detaillierte Analyse der „realen“ chinesischen Militärausgaben Liff/Erickson 2013: 1–26

Gastbeitrag: Prof. Dr. Eberhard Sandschneider China besser verstehen hat oberste Priorität für den Westen

Die westliche Chinadebatte schwankt in schöner Regelmäßigkeit zwischen Angst und Begeisterung. Die Grundmuster dieser Debatte sind immer dieselben: Während die einen nicht müde werden, die Möglichkeiten des riesigen chinesischen Marktes in den höchsten Tönen zu loben, warnen die anderen mit sorgenvoller Miene vor den Gefahren einer wachsenden Rivalität zwischen China und dem Westen. Umsatzrekorde oder Technologieklaue, Menschenrechte oder Billigproduktion, Kulturwunder oder kommende Weltmacht, Partner oder Rivale – in der Chinadebatte steckt alles drin, was das Herz vor Begeisterung oder aus Angst höher schlagen lässt.

Mittlerweile pfeifen es die Spatzen von den Dächern: China ist nicht nur ein riesiger Markt, sondern überdies ein schwieriger Markt, auf dem man schnell viel Geld verdienen und noch schneller noch mehr Geld verlieren kann. Mit jedem Fortschritt seiner wirtschaftlichen Entwicklung wird das Land in wachsendem Maße auch ein ernst zu nehmender Konkurrent für den Westen. Häufig wird bei solchen Formulierungen der entscheidende Zusatz vergessen: Das ist erstens normal und zweitens legitim. Wenn es uns bei diesen Entwicklungen schlechter geht, ist daran nicht China schuld, sondern unser eigenes Unvermögen, unsere Probleme selbst zu lösen.

Chinas wirtschaftlicher Erfolg in den letzten dreieinhalb Jahrzehnten ist sprichwörtlich. Das Geheimnis dieses Erfolgs lautet in einem Wort zusammengefasst: Pragmatismus. Getreu dem Motto Deng Xiaopings, dass es egal sei, ob eine Katze schwarz oder weiß sei, Hauptsache sie fange Mäuse, hat jede Parteiführung seit Ende der siebziger Jahre immer die Ideologie in den Mülleimer der Geschichte getreten, wenn sie Probleme ihrer wirtschaftlichen Entwicklung zu lösen hatte. Als Preis für den wirtschaftlichen Erfolg blieben andere Dinge auf der Strecke: Umweltpolitik, politische Reformen und Menschenrechte gehören zu den prominentesten Opfern.

Chinas Aufstieg ist insofern ein vielleicht überraschender, aber auch ein völlig normaler Prozess. Welche Auswirkungen er neben der Wirtschaft auf die Gestaltung globaler Politik haben wird, hängt natürlich an der Frage, wie China selbst sich in Anbetracht seines ständig steigenden Selbstbewusstseins verhält. Chinas weitere Entwicklung hängt aber auch an der Frage, wie wir im Westen mit dem Land in Zukunft umgehen. Während Europäer eher mit Partnerschaftsgedanken und wirtschaftlicher Zusammenarbeit liebäugeln, zeigt die amerikanische Debatte ein deutlich anderes Bild. Auch dort wird China als Wirtschaftspartner anerkannt, aber im Pentagon wird immer wieder laut über China als nächste militärische Herausforderung der USA nachgedacht. Erste Beispiele für mögliche Konfrontationen sind Ende 2013 im ostchinesischen Meer zu beobachten.

Ob es uns gefällt oder nicht: Wie jedes andere Land in einer vergleichbaren Situation wird China immer mehr in der Lage sein, seine wirtschaftliche Leistungsfähigkeit in politischen

Einfluss und am Ende auch in militärische Macht zu übersetzen. Das wird nicht von heute auf morgen gehen, aber es wird das nach wie vor vorherrschende Überlegenheitsgefühl der USA und Europas in seinen Grundfesten erschüttern.

Wer Chinas Entwicklung gerecht werden will, darf nicht nur die Errungenschaften seiner Entwicklung betrachten, er muss genauso die gewaltigen Probleme im Blick behalten, mit denen diese Errungenschaften erkaufte wurden. Und die Liste dieser Probleme ist beeindruckend lang. Sie reicht von regionalen Disparitäten über soziale Ungleichheit, Arbeitsmarktprobleme, Umweltzerstörung, soziale Unruhen, eine schnell überalternde Bevölkerung, fehlende soziale Absicherungssysteme bis hin zu Ressourcenknappheiten.

Eine brauchbare Strategie für den erfolgreichen Umgang mit China haben wir noch nicht gefunden. Die beiden vorherrschenden Strategien, die wir immer wieder auch im transatlantischen Kontext diskutiert haben, sind gescheitert. Eindämmen lässt sich China schon wegen seiner Größe nicht. Versuche, stattdessen einer Politik der Einbindung das Wort zu reden, haben zumindest den Vorteil, politisch korrekt zu klingen, aber auch sie scheitern nicht zuletzt an Chinas ständig wachsendem Selbstbewusstsein.

Da beide Strategien nicht funktionieren, bleibt nur der dornige Weg, im Einzelfall mit den jeweiligen chinesischen Partnern die Möglichkeiten der Zusammenarbeit auszuloten. Das heißt im Klartext: Gemeinsame Werte gibt es nicht, gemeinsame Interessen nur sehr begrenzt und wenn dann häufig nur an der Oberfläche. Und trotzdem müssen wir gemeinsam mit China Problemlösungen zur Gestaltung globaler Politik finden. Dazu braucht es ein Minimum an Vertrauen und ein Maximum an Wissen über die Intentionen der jeweils anderen Seite. Beides fehlt dem Westen in ganz erheblichem Maße. Die vorliegende Huawei-Studie belegt dies nun schon zum zweiten Mal in Folge.

Möglichkeiten der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit China gibt es zwar zur Genüge, aber auch die Potenziale für Rivalität und Konflikte sind ebenfalls nicht zu verachten. Und in ihnen liegt der Keim für die Fortsetzung einer Chinadebatte, die von Unwissen und missionarischem Eifer getragen an den Risiken des Landes genauso vorbeigeht wie an den Möglichkeiten sinnvoller Zusammenarbeit.

Prof. Dr. Eberhard
Sandschneider
Otto-Wolff-Direktor
des Forschungsinstituts
der Deutschen Gesellschaft für
Auswärtige Politik e.V. (DGAP)



Gastbeitrag: Prof. Dr. Katja Levy

Zur Deutung der chinesischen Politik – für differenziertere Analysen und weniger Wortgeklapper

Als Chinawissenschaftlerin teile ich mit Projekten, wie den Huawei-Studien das Ziel, ein differenzierteres Chinabild zu vermitteln. Politische Großereignisse – wie die Parteitage der Kommunistischen Partei der VR China (KP China) – bieten da besonders gute Gelegenheiten: Berichtersteller und Kommentatoren überschlagen sich dann erfahrungsgemäß und wetteifern um die schnellste, mutigste und meinungsstärkste Einschätzung dieser Ereignisse in ihrer Bedeutung für die Zukunft Chinas und der ganzen Welt. Nur wenige bemühen sich um eine Berichterstattung, die auch langsamere und langfristige Auswirkungen im Blick hat. Auch anlässlich des 3. Plenums des 18. Zentralkomitees der KP China im November 2013 erklärten die Meinungsmacher der schnelllebigen Medienwelt hierzulande wieder in prägnanten Sätzen ihrer Leserschaft, wie das politische Geschäft in China „wirklich“ läuft.

Das Plenum wurde mit besonderer Spannung erwartet, denn man versprach sich aus zweierlei Gründen wesentliche Reformankündigungen: Zum einen hatte die jetzige fünfte Führungsgeneration mit Parteichef Xi Jinping und Ministerpräsident Li Keqiang an der Spitze weder bei ihrer Amtsübernahme innerhalb der Partei im November 2012 noch beim offiziellen Amtsantritt im Frühling 2013 viel Reformarisches angekündigt. Es ist in der VR China auch nicht üblich, dass eine neue Führungsgeneration gleich zu Beginn ihrer Amtszeit in wesentlichen Punkten vom Kurs der Vorgängerregierung abweicht. Nun war aber seit dem Machtwechsel ein Jahr vergangen, die Treue- und Pietätspflicht der jüngeren gegenüber der älteren Generation verblasst und der Zeitpunkt für Reformen schien günstig. Zum anderen ist allen Chinesen und Chinabeobachtern noch gut in Erinnerung geblieben, dass der große chinesische Reformler Deng Xiaoping ebenfalls auf einem 3. Plenum eines Zentralkomitees, nämlich des 11. im Jahre 1978, die außerordentlichen Reformen ankündigte, die die VR China zu der wirtschaftlichen Supermacht gemacht haben, die sie heute ist. Deshalb richteten sich die Augen der Welt auf das dreitägige Plenum, das am 12. November 2013 zu Ende gegangen ist.

Der Parteikongress war kaum zu Ende, da identifizierten die Medien schon die „wichtigsten Nachrichten“: Einsetzung eines nationalen Sicherheitsrates und einer kleinen Führungsgruppe zur Reformvertiefung, die geplante Lockerung der Ein-Kind-Politik sowie die ebenfalls in der Planung stehende Abschaffung der Umerziehung durch Arbeit in der VR China. Dazu kamen Einschätzungen wie diese: „Herausgekommen ist gleichwohl bloß ein Kommuniké voller Slogans, aber ohne Substanz“ oder „Chinas Führung kann sich geschmeichelt fühlen, dass sie für solche Mitteilungen weltweite Aufmerksamkeit bekommt“ (beides exemplarische Einschätzungen der Badischen Zeitung).

Gerade als man hierzulande in der Berichterstattung das Interesse an diesem „nichtssagenden“ Ereignis zu verlieren begann, erließ das Zentralkomitee der KP China am 15. November 2013 seinen „Beschluss über einige wesentliche Aspekte der umfassenden Vertiefung der Reformen“. Dieses ausführliche 60-Punkte-Programm enthält unterschiedlich detaillierte Reformziele und -schritte zu einer ganzen Reihe von zentralen Themen, die neben Reformen in

der Wirtschaft auch noch einige bemerkenswerte Vorhaben in Bezug auf die gesellschaftliche Entwicklung sowie das politische System und das Rechtssystem der VR China beinhalten.

Es würde zu weit führen, die Implikationen der dort angesprochenen Punkte hier im Einzelnen zu diskutieren oder auch nur alle zu erwähnen. Man kann stattdessen einmal den Blickwinkel verändern und sich dem Dokument auf andere Weise nähern. Schaut man sich zum Beispiel die Häufigkeiten der verwendeten Wörter in diesem Dokument an, dann eröffnet sich auf einer abstrakteren Ebene eine erfrischende Perspektive: Beispielsweise kommen Begriffe, die mit System/Systematisierung/Institutionen (制度 *zhidu*: 183 Nennungen, 体系 *tixi*: 68, 体制 *tizhi*: 88), Mechanismus (机制 *jizhi*: 115) oder Management/Administration (管理 *guanli*: 78) übersetzt werden können, in dem 60-Punkte-Programm (Xinhuanet 2013) genauso häufig wie oder sogar häufiger vor als die Begriffe Reform (改革 *gaige*: 138), Gesellschaft/sozial (社会 *shehui*: 143) oder Zeichen, die lediglich grammatikalische Funktionen haben und entsprechend sehr oft vorkommen. Obwohl die Frequenz eines Wortes in einem Text nicht allein für die Bedeutung ausschlaggebend ist, die der oder die Autoren des Textes ihm zuweisen würden, so lässt sich doch eine interessante Tendenz ablesen, die in den bisherigen Kommentaren noch keine Erwähnung gefunden hat: Im 60-Punkte-Programm des Zentralkomitees der KP China vom 15. November 2013 wird offensichtlich viel mehr Wert auf das Streben nach Institutionalisierung und Professionalisierung der Politik gelegt als auf isolierte Politikfelder wie beispielsweise Wirtschafts- (74), Sozial- (143) oder Umweltpolitik (24).

Wir Beobachter der Politik in Deutschland und China wissen genau: Programmatische Texte der Politik sind bestenfalls Absichtserklärungen und erfüllen oft ganz andere Zwecke, als die künftige Politik abzubilden. Dennoch, die medialen Schnellschüsse anlässlich des 3. Plenums haben sich als recht kurzsichtig erwiesen und selbst diejenigen, die das eigentlich zentrale Dokument abwarten konnten, das erst Tage nach dem Ende des Plenums veröffentlicht wurde, verlieren sich oft in Einzelheiten, ohne die großen Linien zu sehen. Dazu kommt noch, dass die Diskussion über dieses wichtige Dokument in China erst angelaufen ist. Die durchaus kontroversen Debatten in der VR China über die politischen Reformen kommen in der Welt der westlichen (Medien-)Berichterstattung bisher kaum vor. Es lohnt sich, das politische Geschehen in der VR China unvoreingenommen und mit Geduld zu beobachten. So lässt sich einiges entdecken, was im schnelllebigen Blätterrauschen der Medien ansonsten ganz leicht übersehen wird.

Prof. Dr. Katja Levy
Juniorprofessorin für Politik
und Recht Chinas am
Ostasiatischen Seminar der
Freien Universität Berlin



6.

Wirtschaft und Innovation

58%

der Deutschen glauben, dass das chinesische Wirtschaftswachstum eine wichtige Rolle für die deutsche Konjunktur spielt. 43% der Chinesen denken dies über das deutsche Wirtschaftswachstum.

6.1
6.1.1

Ergebnisse im Überblick
Befragung

86%

der Deutschen sehen in China einen Wirtschaftsstandort für Massenproduktion. Rund 59% der Befragten in China geben an, Deutschland stehe in erster Linie für innovative Produkte.

42%

der Deutschen glauben, dass sich chinesische Investitionen positiv auf den deutschen Arbeitsmarkt auswirken. 71% der Chinesen gehen von positiven Auswirkungen deutscher Investitionen auf den chinesischen Arbeitsmarkt aus.

61%

der Deutschen halten chinesische Technologieprodukte für international wettbewerbsfähig. 83% der Chinesen glauben dies in Bezug auf deutsche Technologieprodukte.

59%

der Deutschen sind der Meinung, dass chinesische Produkte ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis haben. 66% der Chinesen meinen dies von deutschen Produkten.

87%

der Chinesen kennen Siemens, welches somit das bekannteste deutsche Unternehmen in China ist. Mit einem Bekanntheitsgrad von 30% ist Lenovo das bekannteste chinesische Unternehmen in Deutschland. Huawei ist jedem fünften Deutschen bekannt (21%).

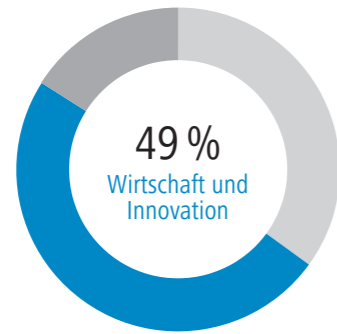
6.1.2

Medienanalyse

Wie häufig berichten deutsche und chinesische Medien über wirtschaftliche Themen des jeweils anderen Landes und wie ist die Tonalität?

Abb. 6.01a
Gesamtanteil
Schwerpunkt- und
Detailthemen

Medienanalyse (DE):
Verteilung der
Detailthemen innerhalb
des Schwerpunktthemas
Wirtschaft und Innovation
in der deutschen
Berichterstattung über China

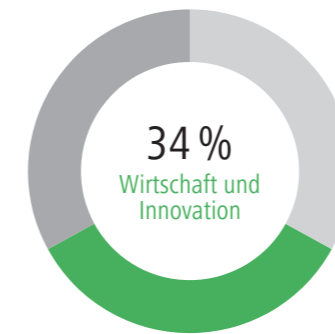


Schwerpunktthema
49 % der Berichterstattung
über China widmen sich
Wirtschaft und Innovation.

Detailthemen
30 % Globalisierte Märkte/Wertschöpfungskette
27 % Bilaterale Wirtschaftsbeziehungen
18 % Wirtschaftssystem Chinas
8 % Sonstige
6 % Produktqualität
6 % Investitionen
5 % Innovationen/Patente

Abb. 6.01b
Gesamtanteil
Schwerpunkt- und
Detailthemen

Medienanalyse (CN):
Verteilung der
Detailthemen innerhalb
des Schwerpunktthemas
Wirtschaft und Innovation
in der chinesischen
Berichterstattung über
Deutschland



Schwerpunktthema
34 % der Berichterstattung
über Deutschland widmen
sich Wirtschaft und
Innovation.

Detailthemen
23 % Globalisierte Märkte/Wertschöpfungskette
18 % Bilaterale Wirtschaftsbeziehungen
15 % Sonstige
15 % Produktqualität
11 % Innovationen/Patente
9 % Investitionen
8 % Wirtschaftssystem Deutschlands

Abb. 6.02a
Tonalität innerhalb der
Detailthemen
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (DE):
Tonalität der deutschen
Berichterstattung über
China innerhalb der Top-4-
Detailthemen (exkl. Sonstige)

positiv
ambivalent
negativ
neutral

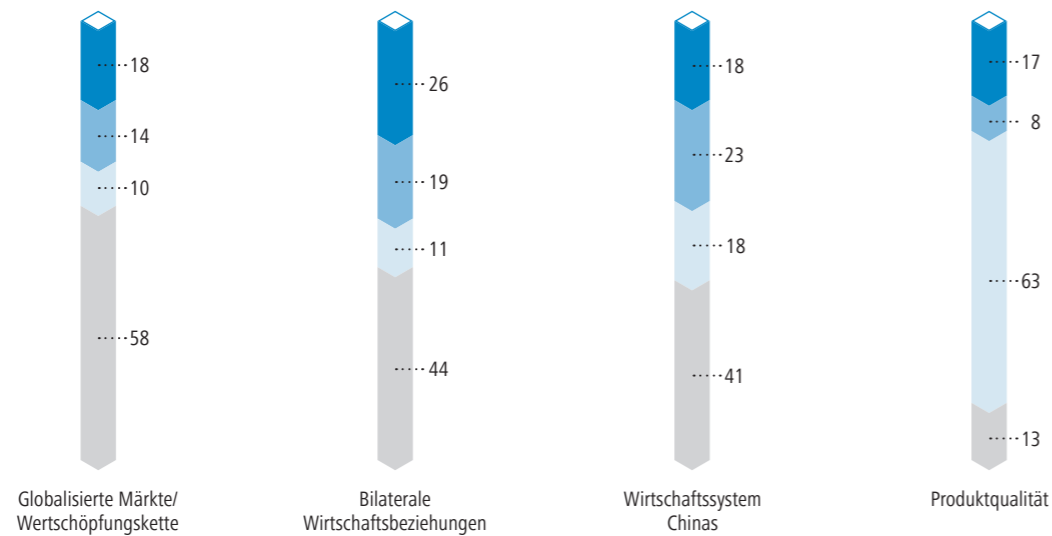


Abb. 6.02b
Tonalität innerhalb der
Detailthemen
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (CN):
Tonalität der chinesischen
Berichterstattung über
Deutschland innerhalb der
Top-4-Detailthemen
(exkl. Sonstige)

positiv
ambivalent
negativ
neutral

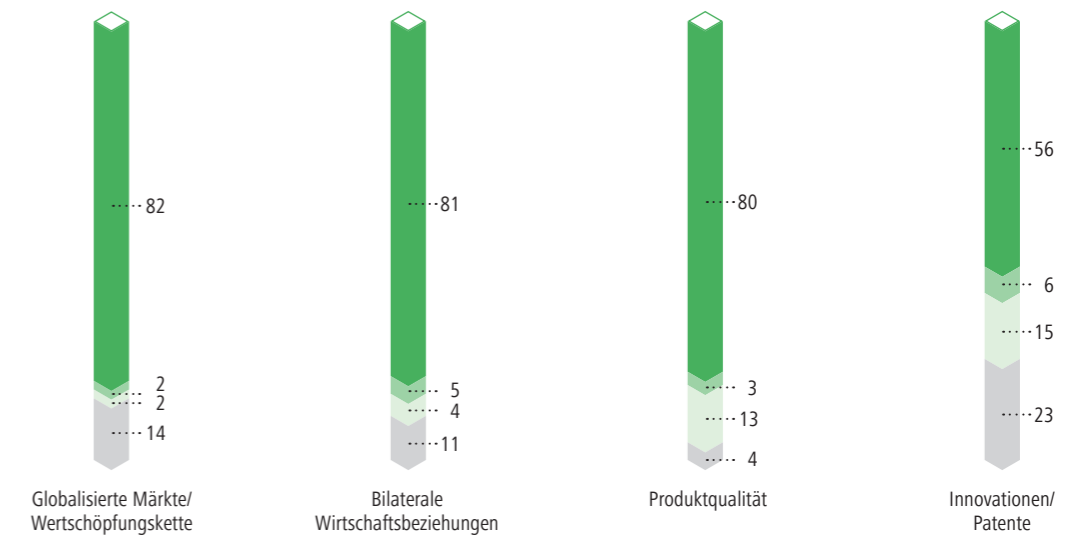


Abb. 6.03a
Top-5-Frames innerhalb der
Berichterstattung
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (DE):
Top-5-Frames innerhalb der
deutschen Berichterstattung
über China sowie die
prozentuale Verteilung der
Aussagen innerhalb der
Frames

Frame	Aussage	A1	teils A1, teils A2	A2
17	China ist eine (A1) führende Wirtschaftsmacht (A2) unbedeutende Wirtschaftsmacht	93	7	1
13	China ist für Deutschland eine (A1) wirtschaftliche Chance (A2) Bedrohung	62	18	21
12	Chinas Wirtschaft wird in Zukunft (A1) an Bedeutung gewinnen (A2) an Bedeutung verlieren	59	26	15
11	China ist für Deutschland ein (A1) wichtiger Absatzmarkt (A2) unbedeutender Absatzmarkt	93	6	1
6	China produziert qualitativ (A1) hochwertige Produkte (A2) billig verarbeitete Produkte	21	15	65

Abb. 6.03b
Top-5-Frames innerhalb der
Berichterstattung
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (CN):
Top-5-Frames innerhalb der
chinesischen Berichterstattung
über Deutschland sowie
die prozentuale Verteilung
der Aussagen innerhalb der
Frames

Frame	Aussage	A1	teils A1, teils A2	A2
16	Deutschland ist eine (A1) führende Wirtschaftsmacht (A2) unbedeutende Wirtschaftsmacht	93	4	3
13	Deutschland ist für China eine (A1) wirtschaftliche Chance (A2) Bedrohung	91	7	2
12	Deutschlands Wirtschaft wird in Zukunft (A1) an Bedeutung gewinnen (A2) an Bedeutung verlieren	21	57	23
10	Deutschland produziert qualitativ (A1) hochwertige Produkte (A2) billig verarbeitete Produkte	77	6	17
7	Deutschlands Wirtschaft basiert auf (A1) Imitation (A2) eigenen Innovationen	3	3	94

6.2

6.2.1

Internationale und bilaterale Wirtschaftsbeziehungen

Wahrnehmung

Welchen Stellenwert haben die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen für beide Länder und wie bewerten die Einwohner die konjunkturellen Auswirkungen dieser?

Abb. 6.04
Bedeutung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen (Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Welchen Einfluss hat Ihrer Ansicht nach die Wirtschaft in China auf Deutschland?

Fragestellung (CN):
Welchen Einfluss hat Ihrer Ansicht nach die Wirtschaft in Deutschland auf China?

- (1) sehr großen Einfluss
- (2) großen Einfluss
- (3) mittelgroßen Einfluss
- (4) kleinen Einfluss
- (5) überhaupt keinen Einfluss
- weiß nicht/keine Angabe

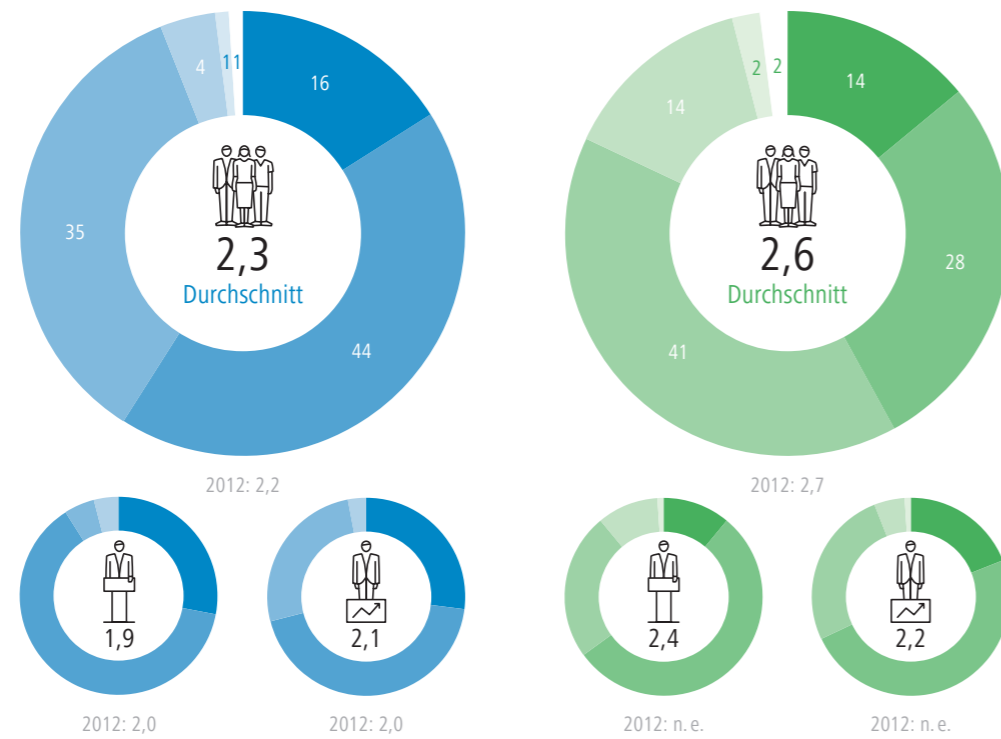


Abb. 6.05
Bedeutung des Wirtschaftswachstums für die Konjunktur (Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie wichtig ist das chinesische Wirtschaftswachstum für die deutsche Konjunktur?

Fragestellung (CN):
Wie wichtig ist das deutsche Wirtschaftswachstum für die chinesische Konjunktur?

- wichtig
- teils, teils
- unwichtig
- weiß nicht/keine Angabe

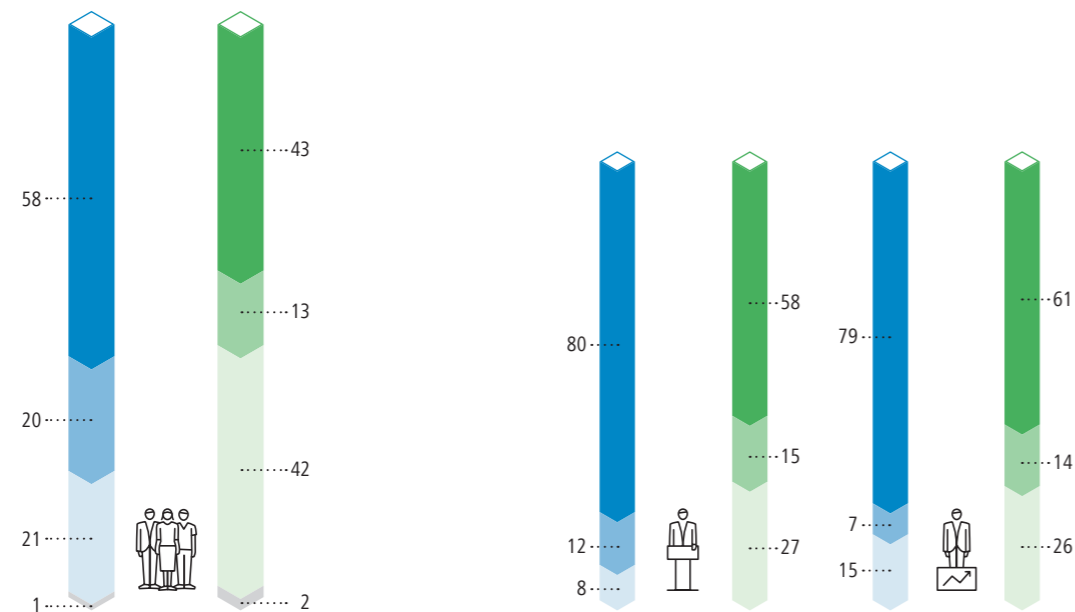


Abb. 6.06
Einschätzung der Auswirkungen von Investitionen auf Arbeitsplätze (Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie wirken sich chinesische Investitionen auf die Arbeitsplätze in Deutschland aus?

Fragestellung (CN):
Wie wirken sich deutsche Investitionen auf die Arbeitsplätze in China aus?

- positiv
- teils, teils
- negativ
- weiß nicht/keine Angabe

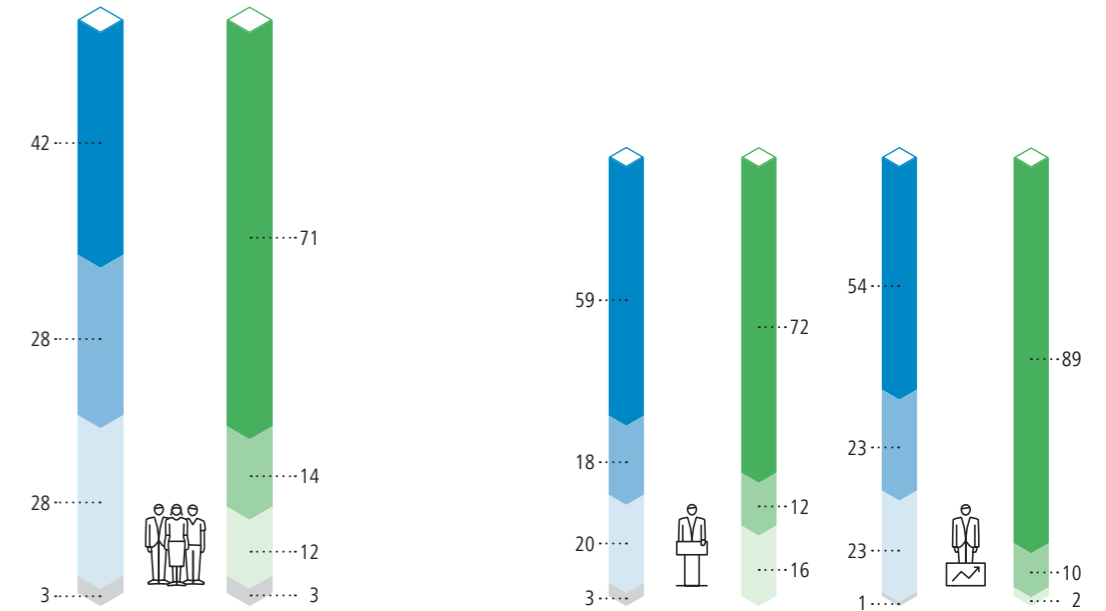


Abb. 6.07
Einschätzung der Auswirkungen von Importen (Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Werden einheimische Hersteller durch chinesische Produkte verdrängt?

Fragestellung (CN):
Werden einheimische Hersteller durch deutsche Produkte verdrängt?

- ja
- teils, teils
- nein
- weiß nicht/keine Angabe

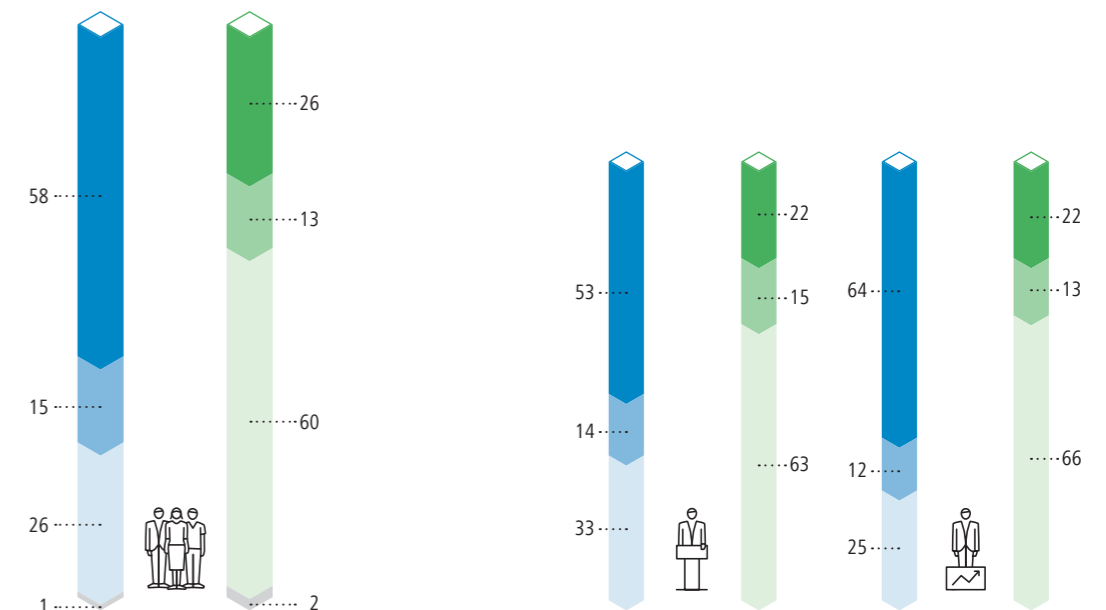


Abb. 6.08
Auswirkungen
technologischer
Zusammenarbeit
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wer profitiert von
einer technologischen
Zusammenarbeit zwischen
Deutschland und China?

Fragestellung (CN):
Wer profitiert von
einer technologischen
Zusammenarbeit zwischen
China und Deutschland?

	DE			CN		
	Bevölkerung	Politiker	Wirtschaftsentscheider	Bevölkerung	Politiker	Wirtschaftsentscheider
Von einer technologischen Zusammenarbeit profitieren beide Länder.	35	37	43	71	75	83
Von einer technologischen Zusammenarbeit profitieren teils beide Länder, teils Deutschland weniger als China.	21	9	10	12	10	7
Deutschland profitiert weniger als China von einer technologischen Zusammenarbeit.	42	53	47	16	14	11
weiß nicht/keine Angabe	2	1	1	2	1	0

6.2.2

Chinas Aufstieg – Auslöser für hohe Erwartungen und Verdrängungsängste

Deskription der
Befragungsergebnisse:
Internationale und bilaterale
Wirtschaftsbeziehungen

Die Befragungsergebnisse in Deutschland zeigen, dass China als neue Weltwirtschaftsmacht wahrgenommen und dem Land eine Schlüsselrolle für die nationale und internationale Entwicklung zugewiesen wird. In China wird Deutschland zwar von deutlich mehr Befragten als Wirtschaftsmacht angesehen, dem Land aber keine vergleichbar bedeutende wirtschaftliche Rolle im internationalen Kontext eingeräumt. Anerkannt als Wirtschaftsmacht löst Chinas wirtschaftlicher Aufstieg bei einem Teil der Befragten in Deutschland Sorge aus. Diese äußert sich in der Befürchtung, dass einheimische Unternehmen verdrängt werden. Andererseits erwartet ein Großteil der Befragten in Deutschland, dass mit chinesischen Investitionen auch positive Effekte für den einheimischen Arbeitsmarkt verbunden sind.

Sowohl in Deutschland als auch in China verbinden die Befragten mit dem jeweils anderen Land den Begriff der Wirtschaftsmacht. Bei den Spontanassoziationen nannten 37 % (2012: 28 %) der befragten Deutschen diesen Begriff; mit 60 % assoziierten sogar deutlich mehr der Befragten in China den Begriff Wirtschaftsmacht mit Deutschland.

In der Wahrnehmung, welche internationale Beziehung in wirtschaftlicher Hinsicht wichtiger ist als andere, zeigen sich große Unterschiede bei der Befragung in Deutschland und in China. Erstaunlich ist, dass jeweils rund ein Drittel der befragten Bevölkerung, Politiker und Wirtschaftsentscheider in Deutschland Chinas Bedeutung für die deutsche Wirtschaft als größer einschätzen als die Wirtschaftsbeziehung zu den USA. Rund die Hälfte der Befragten in den verschiedenen Gruppen geht davon aus, dass die Beziehung zu China und den USA gleich bedeutend ist.

Etwas anders stellt sich die Wahrnehmung Europas (inklusive Deutschlands) im internationalen wirtschaftlichen Kontext durch die chinesischen Befragten dar. Bei den Politikern und Wirtschaftsentscheidern ist zwar der Anteil derjenigen, die die wirtschaftlichen Beziehungen zu Europa für wichtiger als die zu den USA halten, mit 13 % bzw. 18 % (Bevölkerung 23 %) niedriger. Andererseits stimmen jeweils rund drei Viertel der Aussage zu, dass Europa und die USA wirtschaftlich gleich bedeutend für China sind (politische Entscheider 78 %, Wirtschaftsentscheider 73 %, Bevölkerung 56 %).

Die Wahrnehmungen in Deutschland und China fallen im Kontext der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen ebenfalls unterschiedlich aus. Rund zwei Drittel (60 %) der Bevölkerung und rund drei Viertel der Wirtschaftsentscheider (72 %) in Deutschland gehen von einem sehr großen bzw. großen Einfluss der chinesischen Wirtschaft auf Deutschland aus. Diese Wahrnehmung des Einflusses ist unter den Politikern sogar noch stärker (91 %). In der Befragung in China ist der Anteil der Bevölkerung, der von einem sehr starken bzw. starken Einfluss der deutschen Wirtschaft auf China ausgeht, deutlich geringer (42 %). Die Wirtschaftsentscheider und Politiker in China schätzen den Einfluss dagegen höher ein (69 % bzw. 65 %).

Die Frage, ob das Wirtschaftswachstum Chinas für die Konjunktur in Deutschland wichtig ist und umgekehrt, ist eine Konkretisierung des Begriffs „wirtschaftlicher Einfluss“. Mehr als die Hälfte (58 %) der deutschen Bevölkerung glaubt, dass das Wirtschaftswachstum in China wichtig für die deutsche Konjunktur ist. Die Wirtschaftsentscheider und Politiker nehmen den Einfluss auf die deutsche Konjunktur als noch wichtiger wahr (79 % bzw. 80 %). In China stellt sich die Wahrnehmung zum Einfluss des deutschen Wirtschaftswachstums auf die Konjunkturentwicklung im eigenen Land erneut anders dar. Lediglich 43 % der Bevölkerung in China glauben, dass Deutschlands Wachstum von Bedeutung für die chinesische Konjunktur ist, dagegen 58 % der Politiker und 61 % der Wirtschaftsentscheider.

Aufgrund der Wahrnehmung Chinas als Wirtschaftsmacht und des wachsenden Einflusses des Landes auf die deutsche Wirtschaft überrascht es nicht, dass ein Teil der Befragten in Deutschland Sorge angesichts der wirtschaftlichen Stärke Chinas hat. Rund die Hälfte der Bevölkerung (49 %), der Politiker (43 %) sowie der Wirtschaftsentscheider (51 %) äußern sich sehr bzw. eher besorgt angesichts der wachsenden Wirtschaftsmacht Chinas. Vor allem ältere Bevölkerungsgruppen und Politiker nehmen sie als Bedrohung wahr. Ein Chinabesuch wirkt sich auf den Grad der Besorgnis deutlich aus, da Politiker mit Landeskenntnissen weniger besorgt sind. Im Vergleich zur Huawei-Studie 2012 lässt sich eine deutliche Veränderung der Einschätzung feststellen, obwohl die Fragestellung nicht vollkommen identisch war. So stimmten 73 % der Bevölkerung, 80 % der Wirtschaftsentscheider und 78 % der Politiker im Jahr 2012 der Frage zu, dass China wirtschaftlich zu mächtig werden würde.

Im Gegensatz zu den Befragungsergebnissen in Deutschland wird die wirtschaftliche Stärke Deutschlands in China nicht mit Sorge wahrgenommen. So zeigen sich 82 % der Bevölkerung wenig oder überhaupt nicht besorgt angesichts der wirtschaftlichen Stärke Deutschlands. Bei Politikern und Wirtschaftsentscheidern (Anteile von 74 % bzw. 71 %) überwiegt ebenfalls diese Einschätzung.

Bei der Frage, ob von der technologischen Zusammenarbeit zwischen Deutschland und China mehr die deutsche oder die chinesische Seite profitiert, haben die meisten Befragten in Deutschland eine gesplante Wahrnehmung. In der Bevölkerungsgruppe glauben 42 %, dass China mehr Vorteile aus der Zusammenarbeit zieht und 35 % gehen davon aus, dass die technologische Kooperation vorteilhaft für beide Seiten ist. Ein ähnlich gesplantes Bild ergibt sich bei den Wirtschaftsentscheidern (47 % bzw. 43 %) und den Politikern (53 % bzw. 37 %).

In China gehen rund drei Viertel der Bevölkerung (71 %) und der Politiker (75 %) sowie noch mehr Wirtschaftsentscheider (83 %) davon aus, dass beide Länder von einer technologischen Kooperation profitieren.

Chinas Aufstieg zum Exportweltmeister führt bei einem Teil der deutschen Bevölkerung zu der Befürchtung, dass einheimische Hersteller durch chinesische Importe verdrängt werden. Während rund die Hälfte (53 %) der befragten Politiker eine Verdrängung durch chinesische Importe erwartet, ist diese Wahrnehmung stärker noch bei der Bevölkerung (58 %) und den Wirtschaftsentscheidern (64 %) zu finden. Im Vergleich zur Huawei-Studie 2012, in der ebenfalls nach der Gefahr einer Verdrängung einheimischer durch ausländische Produkte gefragt wurde, hat sich diese Wahrnehmung bei allen Befragungsgruppen verstärkt (Politiker 46 %; Wirtschaftsentscheider 57 %; Bevölkerung 52 %).

Im Gegensatz zu den Befragungsergebnissen in Deutschland, befürchten nicht so viele der Chinesen, dass einheimische Hersteller durch ausländische Anbieter verdrängt werden. Alle drei Gruppen der Befragten gehen zu Anteilen von jeweils rund zwei Dritteln (Bevölkerung 60 %; politische Entscheider 63 %; Wirtschaftsentscheider 66 %) nicht davon aus, dass Einfuhren aus Deutschland einheimische Produzenten verdrängen.

Das wachsende Investitionsengagement chinesischer Unternehmen in Deutschland wird überwiegend mit positiven Beschäftigungseffekten verbunden. So nehmen 42 % der deutschen Bevölkerung an, dass chinesische Investitionen Arbeitsplätze schaffen (28 % nehmen dies nicht an). In der Gruppe der Wirtschaftsentscheider und Politiker ist die Wahrnehmung positiver Auswirkungen auf die Beschäftigung höher (54 % bzw. 59 %).

Auch bei der Frage nach den Beschäftigungswirkungen von Investitionen haben wir ein optimistischeres Meinungsbild bei der Befragung in China. Rund zwei Drittel der Bevölkerung und Politiker (71 % und 72 %) sowie 89 % der Wirtschaftsentscheider sehen positive Beschäftigungseffekte deutscher Investitionen in China.

Ergebnisse der Medienanalyse

In den deutschen Medien wird über die chinesische Wirtschaft vergleichsweise mehr (49 %) als über andere Aspekte (Politik 35 % sowie Gesellschaft und Kultur 16 %) berichtet. Dabei stehen Themen wie „globalisierte Märkte und Wertschöpfungskette“ im Vordergrund (30 %) gefolgt von den Themen „bilaterale Wirtschaftsbeziehungen“ (27 %) und „Wirtschaftssystem Chinas“ (18 %). Eine positive Berichterstattung findet sich vor allem zu den Begriffen „bilaterale Wirtschaftsbeziehungen“ (26 % positiv; 11 % negativ) sowie „globalisierte Märkte und Wertschöpfungskette“ (18 % positiv; 10 % negativ). In den Medienberichten dominiert die Aussage, dass China eine führende Wirtschaftsmacht (93 %) und ein wichtiger Absatzmarkt für Deutschland (93 %) ist. In über der Hälfte der Fälle wird die von Chinas Wirtschaft ausgehende Herausforderung eher als Chance (62 %) denn als Bedrohung gedeutet. Weiterhin wird in 59 % der Fälle davon ausgegangen, dass Chinas Wirtschaft weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Die Berichterstattung in den chinesischen Medien greift Themen zur deutschen Wirtschaft in ähnlicher Intensität (34 %) auf wie solche zur deutschen Politik (33 %) und zur Gesellschaft und Kultur (33 %). Ähnlich wie in den deutschen Medien dominieren die Themen „globalisierte Märkte bzw. Wertschöpfungskette“ (23 %) sowie „bilaterale Wirtschaftsbeziehungen“ (18 %). Anders als die deutschen Medien berichten chinesische Medien stärker über die Themen „Produktqualität“ (15 %), „Innovationen/Patente“ (11 %), „Investitionen“ (9 %) sowie „Wirtschaftssystem Deutschlands“ (8 %). Es dominiert eine positive Berichterstattung wie die Beispiele der Medienberichte zu „globalisierten Märkten bzw. Wertschöpfungskette“ (82 % positiv; 2 % negativ), „bilaterale Wirtschaftsbeziehungen“ (81 % positiv; 4 % negativ) und „Produktqualität“ (80 % positiv; 13 % negativ) sowie „Innovationen/Patente“ (56 % positiv; 15 % negativ) demonstrieren. In fast allen Fällen wird Deutschland als führende Wirtschaftsmacht (93 %) dargestellt, die auf eigenen Innovationen basiert (94 %). Deutlich stärker noch wird in der chinesischen Berichterstattung, in der der Frame auftaucht, Deutschland als Chance (91 %) denn als Bedrohung (2 %) präsentiert. Die Medien spiegeln jedoch hinsichtlich der zukünftigen Bedeutung Deutschlands kein eindeutiges Bild wider. So wird in 21 % der Fälle davon ausgegangen, dass Deutschland zukünftig eine wichtigere wirtschaftliche Rolle spielen wird. Ähnlich hoch ist der Anteil der Berichte, in denen davon ausgegangen wird, dass Deutschland künftig an Bedeutung verliert (23 %).

Wie passt die Wahrnehmung der wirtschaftlichen Stärke Chinas und die daraus resultierende Sorge in Deutschland mit der Realität des internationalen wirtschaftlichen Aufstiegs Chinas und der bilateralen Beziehungen zwischen beiden Ländern zusammen? Tatsächlich hat sich der globale Aufstieg Chinas in beeindruckender Weise vollzogen und lässt sich mit verschiedenen Indikatoren belegen. Gleichzeitig steht das Land heute vor großen Herausforderungen, die nicht zuletzt aus dem schnellen Wachstumstempo der Vergangenheit resultieren. Diese teilweise widersprüchlichen Facetten der chinesischen Wirtschaft werden durch die großen regionalen Entwicklungsunterschiede noch verstärkt, die Chinas Bild als Wirtschaftsmacht sehr komplex machen.

In den akademischen und politischen Diskussionen, die das Chinabild mit bestimmen, geht es vor allem um das rasante Tempo, mit dem das Land innerhalb von nur drei Dekaden zur zweitgrößten Wirtschaftsmacht und zum größten Exportland werden konnte. Chinas Erfolg trägt entscheidend zur Verschiebung der ökonomischen Gewichte von den traditionellen Wirtschaftszentren hin zu aufstrebenden neuen Entwicklungsmächten bei. Die außenwirtschaftliche Integration in multilaterale Institutionen wie die Welthandelsorganisation, die Weltbank und den Internationalen Währungsfonds, aber auch die marktgetriebene Integration in internationale und regionale Wertschöpfungsketten haben entscheidend zum weltwirtschaftlichen Aufstieg Chinas beigetragen.

Die wachsende weltwirtschaftliche Bedeutung Chinas spiegelt sich in verschiedenen Indikatoren wider. So verstärkte sich Chinas Rolle in der Weltwirtschaft – definiert als Anteil am globalen Sozialprodukt – von 4,9 % zu Beginn der Wirtschaftsreform im Jahr 1978 auf 11,6 % des nominalen Bruttoinlandsprodukts im Jahr 2012. Noch größer wäre Chinas Anteil an der Weltwirtschaft (14,8 %), würde die Kaufkraftparität (KKP) zur Berechnung des BIP herangezogen. Wird dem Wirtschaftshistoriker Maddison (2007) gefolgt, dann handelt es sich mit Blick auf die historische Entwicklung um einen Wiederaufstieg Chinas, da das Land im Jahr 1820 ca. ein Drittel der Weltwirtschaft ausmachte (s. Abb. 6.09).

Abb. 6.09
Anteile ausgewählter Länder
an der Weltwirtschaft
1820–2012
(Angaben in Prozent)

	1820	1952	1978	2012 (nom. BIP)	2012 (BIP/KKP)
China	32,9	5,2	4,9	8,4 (11,6)	14,8
Europa	26,6	29,3	27,8	26,4 (23,1)	20,2
Japan	3,0	3,4	7,6	8,8 (8,3)	5,5
USA	1,8	27,5	21,6	25,2 (21,8)	18,6
Indien	16,0	4,0	3,3	2,6 (2,6)	5,7

Das nominale BIP und die Kaufkraftparität wurden mit konstanten Werten auf Basis des Jahres 2005 berechnet. Die Angaben in Klammern stellen nominale BIP-Werte auf Basis des aktuellen USD-Wechselkurses dar.

Quelle:
Für die Jahre bis 1978 siehe Maddison 2007: 44.
Die Daten für 2012 stammen von World Bank 2013.

Bei einem weiterhin vergleichsweise hohen Wirtschaftswachstum kann erwartet werden, dass China die USA in absehbarer Zeit als größte Wirtschaftsmacht ablösen könnte. Die damit verbundene Diskussion prägt auch das Bild eines aufsteigenden wirtschaftlich starken Chinas in der deutschen Öffentlichkeit. Die Wahrnehmung der Befragten in Deutschland, dass die wirtschaftliche Beziehung zu China von größerer Bedeutung für Deutschland ist als die Wirtschaftsbeziehung zu den USA, erklärt sich auch im Kontext dieser Diskussion (s. Kap. 5.5.1, Abb. 5.22). Zwar weist der relativ geringe Wert des BIP pro Kopf in China im Vergleich zu den Industriestaaten darauf hin, dass das Land noch ein niedriges Durchschnittseinkommen aufweist. Beispielsweise lag das Pro-Kopf-BIP in Deutschland im Jahr 2012 bei 41.513 USD,

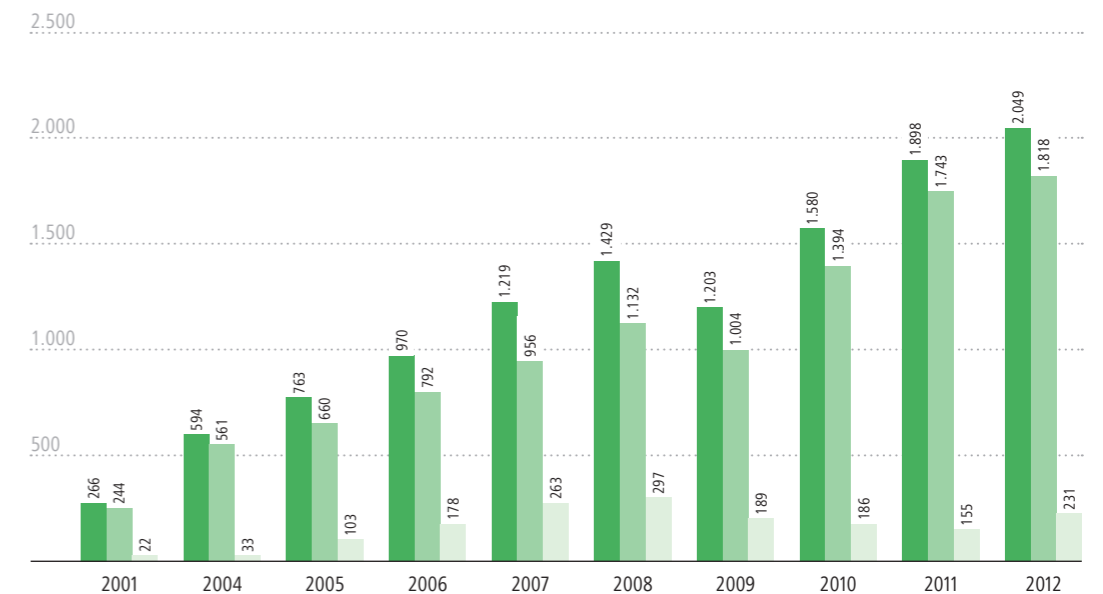
während der entsprechende Wert in China 6.076 USD ausmachte (Auswärtiges Amt 2013). Wenn aber die Größe des chinesischen Marktes betrachtet wird, ergibt sich hieraus der Schluss, dass China als Wirtschaftsmacht eine Schlüsselrolle zukommt.

Zu welchem Zeitpunkt die chinesische Wirtschaft größer als die US-amerikanische sein wird, wird vor allem in den USA mit Besorgnis diskutiert, da der Aufstieg Chinas die internationale Führungsrolle der USA infrage stellt. Verschiedene Experten verweisen darauf, dass China noch einige Jahrzehnte benötigt, um eine globale Wirtschaftsmacht zu werden. So argumentiert beispielsweise der international bekannte chinesische Ökonom Hu Angang, dass China als Supermacht nicht nur einen größeren wirtschaftlichen Einfluss als die USA besitzen, sondern auch in anderen Dimensionen Stärke aufweisen müsse. Diese betreffen sowohl die Humankapitalausstattung (Verfügbarkeit von Fachkräften) als auch das Niveau von Wissenschaft und Forschung sowie die Führerschaft in zentralen Fragen der globalen Entwicklung, insbesondere in der Fähigkeit, den Herausforderungen des Klimawandels begegnen zu können (Hu 2011: 13). In diesen Bereichen ist China noch relativ weit davon entfernt, das Niveau der USA oder anderer hoch entwickelter Länder zu erreichen. Angesichts zunehmender Umweltprobleme hat die chinesische Regierung bereits damit begonnen, die Weichen hin zu einem umweltfreundlicheren Wirtschaftswachstum zu stellen. So sind beispielsweise im laufenden Fünfjahresplan (2011–2015) Investitionen für den Umweltschutz in Höhe von rund 230 Mrd. EUR vorgesehen. Zu den Zielen gehört die Senkung der Kohlendioxidemission, eine effizientere Ressourcennutzung und der Einsatz erneuerbarer Energien (German.China.org.cn 2011). In den internationalen Wirtschaftsbeziehungen spielt der Außenhandel für China eine Schlüsselrolle. Dieser entwickelte sich vor allem nach dem WTO-Bitritt des Landes Ende 2001 mit einem hohen Wachstumstempo (s. Abb. 6.10).

Abb. 6.10
Chinas Außenhandel
2001–2012
(Angaben in Mrd. USD)

Quelle:
IMF (International Monetary Fund) 2011; NBS (National Bureau of Statistics of China) 2012a: 233; NBS 2013

■ Exporte
■ Importe
■ Saldo



Bereits ab Mitte der 1980er Jahre verfolgte die chinesische Regierung die Integration in die bestehende Weltwirtschaftsordnung. Ziel war hierbei vor allem gleichberechtigtes Mitglied in multinationalen Abkommen zu werden und die Regeln mitbestimmen zu können. Darüber hinaus wollte China beispielsweise als WTO-Mitglied von den Vorteilen des Handelsabkommens profitieren und sich gegen Sanktionen schützen. Dies war vor allem im Handel mit den USA in den 1990er Jahren ein Problem. So hatten die USA auch aufgrund des hohen Defizits im

Handel mit China dem Land regelmäßig mit Sanktionen aus einer Mischung von wirtschaftlichen und politischen Restriktionen gedroht.

Als Vorbereitung auf die WTO-Mitgliedschaft musste sich China auf die Anforderungen eines international kompatiblen Außenwirtschaftsregimes einlassen und bestehende Restriktionen abbauen. Hierzu zählte, dass China allen anderen WTO-Mitgliedsländern die Meistbegünstigung einräumen und Auslandsunternehmen mit chinesischen Unternehmen gleichstellen musste. Weiterhin wurden mit China Übergangsfristen für den Abbau anderer Restriktionen vereinbart, um den Zugang für Auslandsunternehmen in Schlüsselindustrien sowie im Dienstleistungssektor zu erleichtern. Von der Antragsstellung bis zur Aufnahme als Mitglied vergingen 15 Jahre der Neuausrichtung und Anpassung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in China.

Zeitgleich zu der aktiven Gestaltung der internationalen Wirtschaftsbeziehungen vollzog sich eine funktionelle Integration Chinas in die Weltwirtschaft. Die Bedeutung des Landes als „Werkstatt der Welt“ und größter Produzent von Exportprodukten begann mit der Verlagerung von Wertschöpfungsanteilen von Unternehmen aus Hongkong und Taiwan nach China ab Anfang der 1980er Jahre. Die Verlagerung der Produktion wurde einerseits durch die räumliche Nähe und die komplementären Produktionsstrukturen begünstigt. Andererseits spielten die kulturelle Affinität und die familiären Verbindungen von Unternehmern aus Hongkong und Taiwan zum Festland eine wichtige Rolle und kompensierten die Risiken der anfänglich wenig transparenten Investitionsbedingungen in China.

Die marktgetriebene Integration war auch typisch für die wirtschaftliche Verflechtung Chinas mit Japan und Südkorea sowie den ASEAN¹-Staaten. Aus Kostengründen verlagerten japanische Unternehmen Teile ihrer Produktion zunächst in die ASEAN-Länder und ab Mitte der 1980er und 1990er Jahre nach China. Auch Unternehmen aus Südkorea und anderen ASEAN-Staaten bezogen China in ihre regionalen und globalen Produktionsnetzwerke ein.

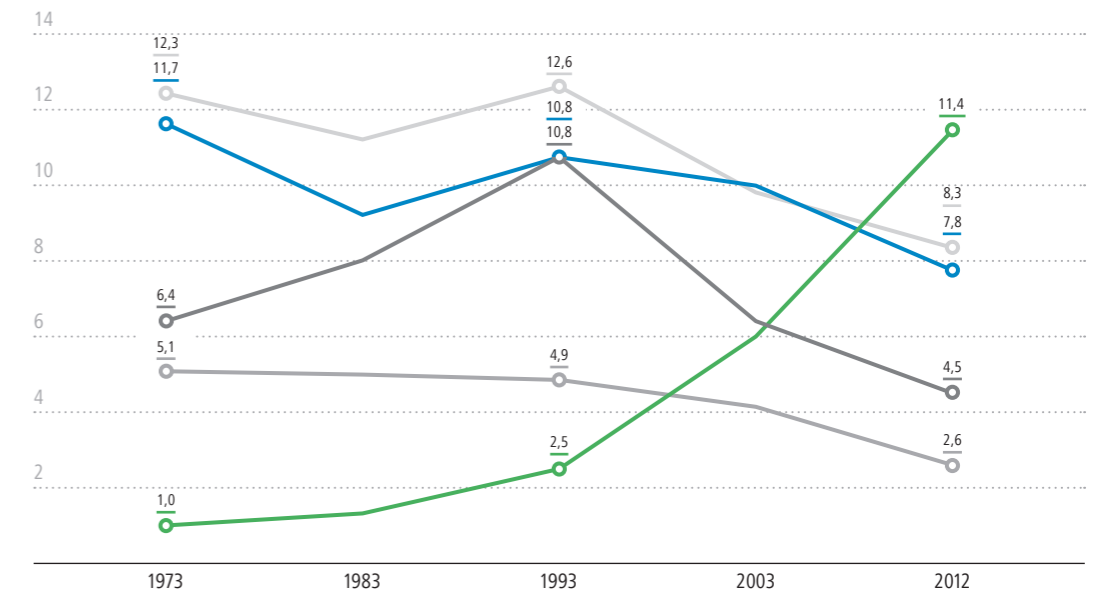
Dass die internationalen Wirtschaftsbeziehungen aktiv gestaltet werden müssen, wurde in der Asienkrise Ende der 1990er Jahre allerdings erneut deutlich. Diese führte dazu, dass China mit den Ländern der asiatischen Region institutionelle Formen der Integration, z. B. im Finanzsektor (regionale Swap-Abkommen) und im Außenhandel (Freihandelsabkommen bzw. Free Trade Agreement [FTA]) verfolgte. Das Netz von Freihandelsabkommen, das China insbesondere mit Ländern der Region spannt, umfasste Mitte 2013 neun aktive Abkommen und andere, die noch verhandelt wurden. Das Abkommen mit Singapur im Jahr 2008 war der Vorläufer für das China-ASEAN-FTA, das seit dem 1. Januar 2010 den institutionellen Rahmen für die Handelsbeziehungen zwischen den zehn Mitgliedsstaaten der ASEAN und China bildet (Schüller/John 2012: 14–15).

Was bedeutet die erfolgreiche außenwirtschaftliche Integration Chinas für Deutschland? Zunächst führte die Integration zu einer raschen Ausweitung des chinesischen Außenhandels, insbesondere der Exporte. Von einem Anteil von unter 1 % am weltweiten Export erhöhte sich dieser auf 11,4 % im Jahr 2012. China überholte Deutschland als Exportweltmeister im Jahr 2009 und wurde größtes Exportland. Die Zunahme des chinesischen Exportanteils ging vor allem in den letzten zehn Jahren zulasten der Anteile Deutschlands, Japans sowie der USA und Großbritanniens (s. Abb. 6.11). Mit einem Anteil am globalen Import von 10 % im Jahr 2012 lag China als zweitgrößtes Importland hinter den USA mit 12,8 % (WTO 2013).

Abb. 6.11
Anteile ausgewählter Länder
am globalen Warenexport
1973–2012
(Angaben in Prozent)

Quelle:
WTO (World Trade
Organization) 2013

USA
Deutschland
Japan
Großbritannien
China



Nach chinesischen Statistiken sind die EU und die USA die größten Handelspartner Chinas. Die USA sind vor allem als Absatzmarkt (Anteil von 17,2 % im Jahr 2012) für China von Bedeutung. Auf die Ländergruppe der 27 EU-Mitgliedsstaaten entfiel im Jahr 2012 ein Anteil von 14,1 % des gesamten chinesischen Außenhandels (16,3 % der Exporte und 11,7 % der Importe). Deutschland besitzt eine Schlüsselrolle im EU-Handel mit China und ist mit 5,1 % an den Importen sowie 3,4 % an den Exporten Chinas beteiligt. Nach EU-Handelsdaten lag der Anteil Deutschlands an der gesamten Einfuhr der EU aus China bei 26 % und der Exportanteil Deutschlands an den Gesamtausfuhren der EU nach China bei 46 % (GTAI November 2013).

Weitere wichtige Absatzmärkte für chinesische Produkte sind die asiatischen Nachbarländer (die ASEAN-Mitglieder 10 %; Japan 7,4 %); bedeutende Lieferländer sind Japan 9,8 %, die ASEAN-Mitglieder 10,8 %, Südkorea 9,3 % und Taiwan 7,3 %. Ein größerer Anteil der Ausfuhren läuft über Hongkong (15,8 %) aufgrund der Funktion der Sonderverwaltungsregion (SVR) als Transitland für chinesische Exporte; für den Import von Waren ist Hongkong jedoch nahezu unbedeutend (s. Abb. 6.12 und 6.13).

Eines der strittigen Themen in den internationalen Handelsbeziehungen Chinas sind die hohen Überschüsse des Landes im Austausch mit der EU und den USA. Auch Deutschland ist hiervon betroffen, wenn auch in geringerem Umfang als andere EU-Länder. Chinesischen Statistiken zufolge lagen diese im Jahr 2012 insgesamt bei 121,9 Mrd. USD (Defizit der EU im Handel mit China) bzw. 218,9 Mrd. USD (im Handel mit den USA) (NBS 2013). In der Diskussion um die Defizite wird jedoch oft vergessen, dass durch die Einbindung Chinas in internationale Wertschöpfungsketten umfangreiche Zulieferungen für die Exportproduktion nach China gehen. Am Beispiel der Exporte von iPhones wird deutlich, wie niedrig im Einzelfall der Wertschöpfungsanteil sein kann, der auf China entfällt. In China werden die iPhones zwar endmontiert, doch ohne den Import vieler Bauteile aus den USA, Japan, Deutschland und Südkorea wäre die Produktion nicht möglich. Vom Großhandelsstückpreis in Höhe von 178,06 USD beträgt der chinesische Wertschöpfungsanteil 3,6 % oder 6,5 USD (Zhang et al. 2012: 41–42).

Aus Sicht der Handelspartner Chinas sind die Überschüsse auch ein Resultat von Mängeln in Chinas Außenwirtschaftsregime und Rechtssystem. Die US-Kritik fokussiert die steuerliche

¹ ASEAN (Association of Southeast Asian Nations): Bruni, Indonesien, Kambodscha, Laos, Malaysia, Myanmar, Philippinen, Singapur, Thailand und Vietnam

Chinas neue Rolle in der globalen Wirtschaft – Auswirkung auf Deutschland

Begünstigung chinesischer Unternehmen und den Vorwurf einer Währungsmanipulation, aber auch Lohndumping. Vor allem die US-Gewerkschaften kritisieren, dass Arbeitnehmerrechte in China nicht ausreichend beachtet werden und dass der unfaire Wettbewerb zum Verlust von Tausenden von Arbeitsplätzen geführt habe (Williams/Donnelly 2012: 18–19; Pew Research Center 2013).

Abb. 6.12
Wichtigste Importländer
Chinas 2012
(Angaben in Prozent)

Quelle:
NBS (National Bureau of
Statistics of China) 2013

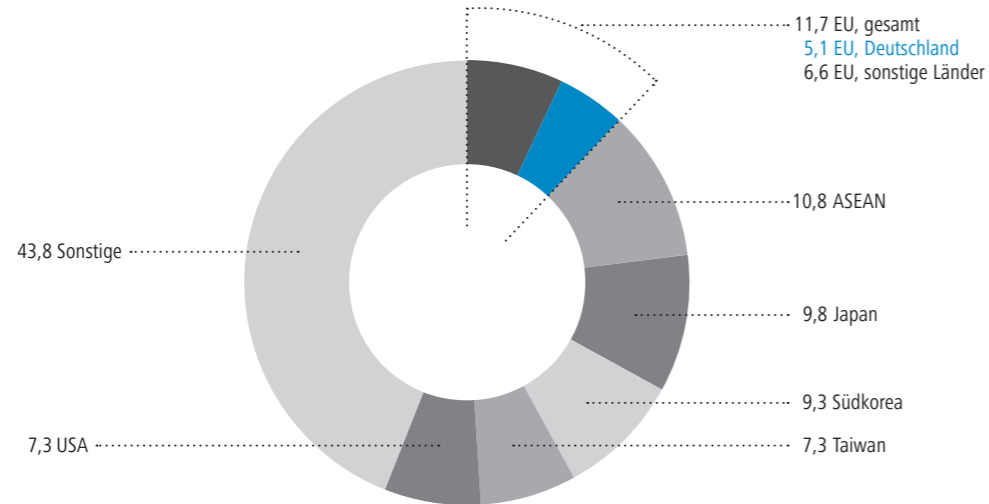
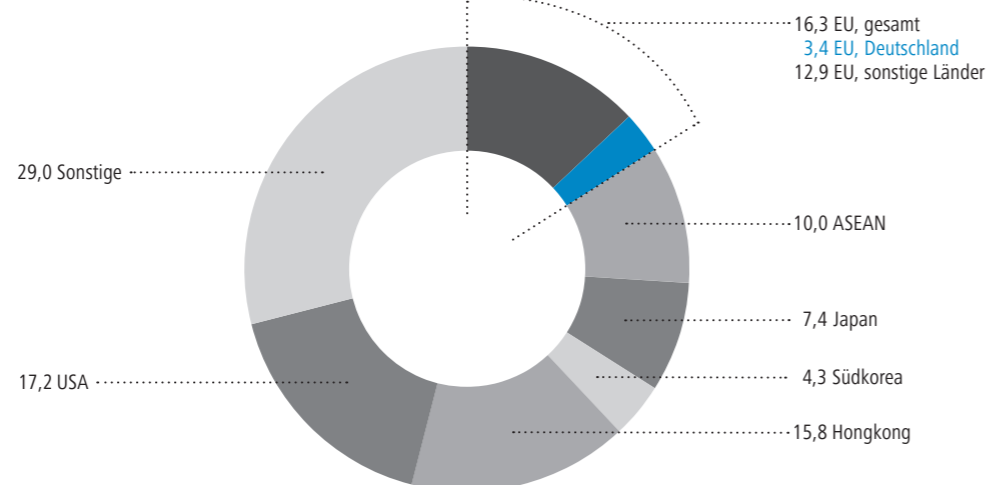


Abb. 6.13
Wichtigste Exportländer
Chinas 2012
(Angaben in Prozent)

Quelle:
NBS (National Bureau of
Statistics of China) 2013



Wie die Befragung deutlich gemacht hat, gibt es in Deutschland bei Teilen der Bevölkerung und bei manchen Politikern und Wirtschaftsentscheidern die Wahrnehmung, dass chinesische Einfuhren einheimische Produzenten verdrängen. Tatsächlich stellt sich die Situation positiver dar. China ist Deutschlands wichtigster Handelspartner in Asien, während Deutschland in Europa die wichtigste Rolle als chinesischer Wirtschaftspartner spielt. Wie wichtig China für die deutsche Wirtschaft inzwischen ist, wurde auch im Zuge der globalen Finanzmarktkrise zwischen 2009 und 2011 deutlich. So konnten die deutschen Unternehmen ihre Ausfuhren nach China im Jahr 2009 noch um 9,4 % ausweiten sowie Wachstumsraten bei ihren

Exporten von 44,3 % im Jahr 2010 und 20,6 % im Jahr 2011 verzeichnen. Deutschland profitierte damit überproportional im Vergleich zu anderen EU-Mitgliedsländern von Chinas Nachfrage und konnte sein Defizit im Handel mit China deutlich abbauen. Vor allem der Maschinenbau und die Automobilindustrie waren in den Krisenjahren in der Lage, durch Exporte nach China, Verluste im Handel mit anderen Regionen zu kompensieren.

Aufgrund der starken Komplementarität der Import- und Exportgüterstrukturen (s. Abb. 6.14) sind die Verdrängungseffekte für einheimische Produzenten in Deutschland relativ gering. Während deutsche Exporte auf Maschinen und Kraftfahrzeuge konzentriert sind, importiert Deutschland aus China insbesondere Elektronik sowie Textilien und Bekleidung. Die Elektronikindustrie zählt zu den größten verarbeitenden Industrien in China und trägt rund ein Siebtel zum gesamten Industrieoutput und zur Beschäftigung bei (Rhode 2012). In Deutschland stellen der Maschinenbau und die Automobilindustrie die wichtigsten Industriezweige in Bezug auf Output und Beschäftigung sowie ihren Beitrag zum Export dar.

Abb. 6.14
Deutsch-chinesische
Außenhandelsstruktur im
Jahr 2011
(Angaben in Prozent)

Quelle:
GTAI (Germany Trade and
Invest) 2012

	Deutsche Exporte nach China	Deutsche Importe aus China
Maschinen	33,1	5,3
Kfz und Kfz-Teile	26,4	–
Elektrische Produkte	9,4	8,9
Elektronik	2,4	33,3
Chemieprodukte	8,1	4,3
Textilien und Bekleidung	–	13,5

Die Entwicklung des bilateralen Außenhandels kann insgesamt als sehr positiv beschrieben werden, obwohl, aufgrund unterschiedlicher Erfassungskriterien und abhängig von der Berechnung des Handels in US-Dollar oder Euro, abweichende Ergebnisse vorliegen. Wie Abbildung 6.15 zeigt, liegt der Wert der deutschen Exporte nach China deutschen Statistiken zufolge deutlich niedriger (71,3 Mrd. USD) als der entsprechende Wert der Importe Chinas aus Deutschland nach chinesischen Statistiken (92,759 Mrd. USD). Aufgrund dieser unterschiedlichen Werte kommen die nationalen Statistiken für das Jahr 2011 beispielsweise zu dem Ergebnis, dass aus Sicht Deutschlands ein Defizit im Handel mit China in Höhe von 16,780 Mrd. USD besteht, während chinesischen Statistiken zufolge China ein Defizit im Handel mit Deutschland in Höhe von 16,326 Mrd. USD aufweist.

Für den Wandel der Export- und Importgüterstrukturen zwischen China und Deutschland im Zeitraum 2001 bis 2011 spielt die Elektronikindustrie eine Schlüsselrolle. Auf diese Produktgruppe entfiel 2011 ein Anteil von 33,74 % (2001: 25,25 %). Zu den Elektronikprodukten zählen insbesondere Büromaschinen und automatische Datenverarbeitungsanlagen sowie Telekommunikationsgeräte. Weiterhin stiegen die Anteile der Produktgruppen Elektrotechnik (16,58 %) und Maschinen (5,42 %) weiter an, insbesondere aus Japan, Südkorea und anderen Ländern der Region, die in China produzieren und von dort aus exportieren. Aufgrund der hohen Zulieferungen für die Endverarbeitung dieser Produkte in China spiegeln Überschüsse deshalb nur eingeschränkt die Wettbewerbsfähigkeit Chinas wider (s. Abb. 6.16).

Abb. 6.15
Entwicklung des deutsch-chinesischen Handels von 2001–2011
(Angaben in Mrd. USD)

Quelle:
IMF (International Monetary Fund) 2012: 153, 241; IMF 2007: 130, 212–213

■ Chinesische Exporte nach Deutschland
(chinesische Daten)
■ Chinesische Importe nach Deutschland
(chinesische Daten)
■ Deutsche Exporte nach China
(deutsche Daten)
■ Deutsche Importe nach China
(deutsche Daten)

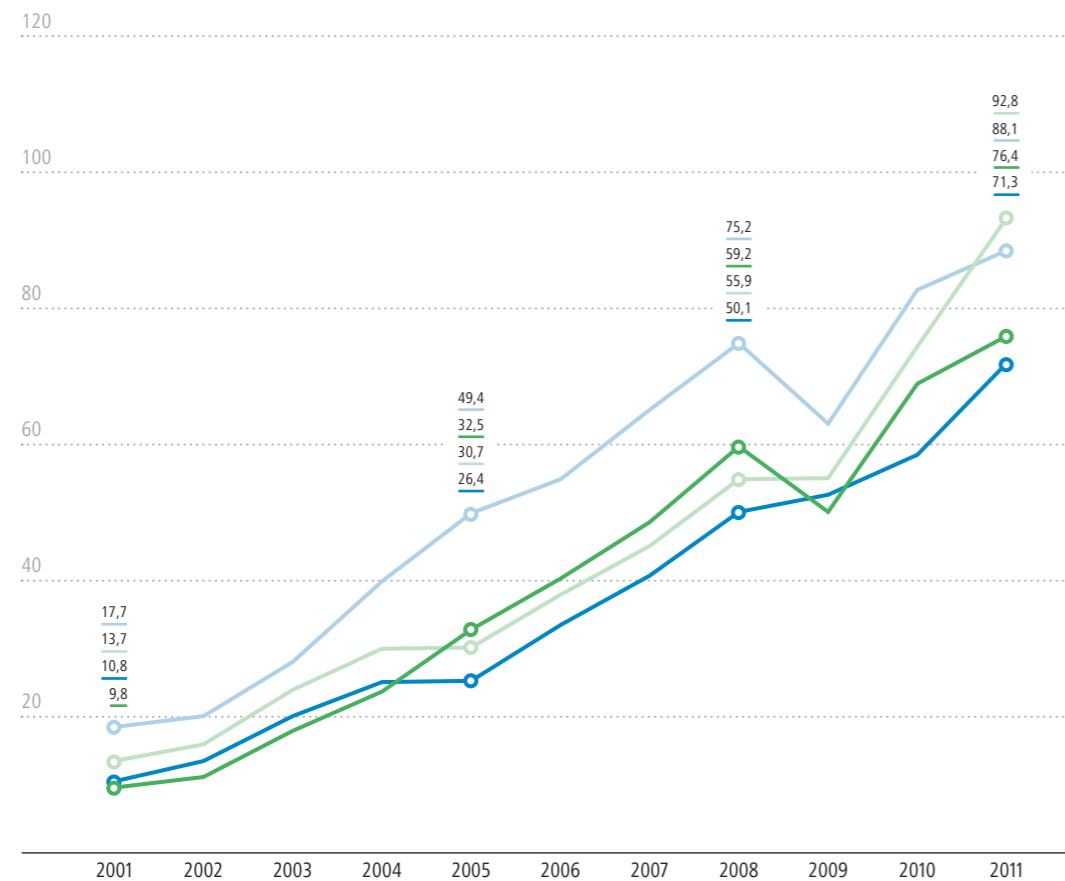


Abb. 6.16
Vergleich der deutschen Einfuhrgüter aus China 2001 und 2011
(Angaben in Prozent)

Quelle:
eigene Zusammenstellung auf der Datengrundlage von UNSD (United Nations Statistics Division) 2013

	Deutsche Einfuhrgüter aus China 2001	Deutsche Einfuhrgüter aus China 2011
Elektronik	25,3	33,7
Textilien/Bekleidung	14,3	13,7
Elektrotechnik	10,8	9,1
Maschinen	4,7	5,4
Metallwaren	4,7	3,8
Sonstige	40,3	34,3

Abb. 6.17
Vergleich der deutschen Ausfuhrüter nach China 2001 und 2011
(Angaben in Prozent)

Quelle:
eigene Zusammenstellung auf der Datengrundlage von UNSD (United Nations Statistics Division) 2013

	Deutsche Ausfuhrüter aus China 2001	Deutsche Ausfuhrüter aus China 2011
Maschinen	35,3	31,6
Elektronik	12,7	2,6
Kfz und Kfz-Teile	9,8	26,8
Elektrotechnik	9,3	9,7
Chemische Erzeugnisse	7,7	7,8
Mess- und Regeltechnik	3,6	5,1
Sonstige	21,6	16,4

Auf der Seite der deutschen Ausfuhren nach China dominiert sowohl 2001 als auch 2011 der Export von Maschinen und Anlagen. Weiterhin hat sich der Anteil der Exporte von Fahrzeugen nach China fast verdreifacht (2001: 9,78 %; 2011: 26,83 %) (s. Abb. 6.17). Auch Deutschland ist in ein Wertschöpfungsnetzwerk eingebunden mit Zulieferungen aus anderen Ländern. Berechnungen auf der Basis von komplexen Input- und Outputtabellen für das Jahr 2007 zeigen, dass die deutschen Wertschöpfungsexporte nach China 31 % geringer als die Güterexporte in das Land ausfallen (statt 64,3 Mrd. USD 44,3 Mrd. USD). Auf der Importseite liegen die deutschen Wertschöpfungsimporte aus China rund 30 % niedriger als die Güterimporte (50,6 Mrd. USD statt 72,1 Mrd. USD) (Aichele et al. 2013: 35–36).

Zusammenfassend kann im bilateralen Außenhandel von einer gegenseitigen Abhängigkeit gesprochen werden. So könnte China die Importe von hoch spezialisierten Investitionsgütern wie Maschinen und Anlagen nicht problemlos durch Einfuhren aus anderen Ländern ersetzen. Im Gegenzug gibt es eine stärkere Abhängigkeit Deutschlands bei Lieferungen von Büromaschinen oder Geräten der Datenverarbeitung wie Laptops aus China. Chinas Anteil an diesen Gesamtimporten Deutschlands betrug im Jahr 1992 erst weniger als 1 % und stieg bis 2010 auf rund 44 % (Jungbluth 2013: 24).

Parallel zum Außenhandel haben sich die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen durch Direktinvestitionen verstärkt. Die Wahrnehmung der Befragten in Deutschland zeigt, dass überwiegend positive Auswirkungen auf die Beschäftigung angenommen werden. Noch deutlicher ist die positive Wahrnehmung von Beschäftigungseffekten in der Befragung in China. Tatsächlich kommt den Finanzströmen nach und aus China eine wichtige Rolle in Chinas internationalen Wirtschaftsbeziehungen zu. Als Käufer von Staatsanleihen anderer Länder am internationalen Kapitalmarkt ist China bereits seit Längerem aktiv. Gleichzeitig ist China Empfänger von ausländischen Direktinvestitionen (ADI) und selbst Investor im Ausland. Der Zufluss von ADI nach China trug wesentlich zum Aufbau moderner Produktionskapazitäten bei und hat aufgrund der starken Exportorientierung der sino-ausländischen Gemeinschaftsunternehmen auch zum schnellen Anstieg des chinesischen Außenhandels geführt. Im Gegensatz zu Portfolio-Investitionen zielen ADI auf eine längerfristige Beteiligung von ausländischen an inländischen Unternehmen bzw. eine Gründung von Tochterunternehmen ausländischer Investoren. Chinesischen Statistiken zufolge beschäftigten auslandsfinanzierte Unternehmen sowie Unternehmen aus Hongkong, Macao und Taiwan Ende 2011 rund 21,5 Mio. Arbeitskräfte (auf die Unternehmen mit Auslandskapital entfiel eine Beschäftigung von rund 10 Mio. Personen) (NBS 2012a).

Der Zufluss von ADI nach China lag in der ersten Reformphase zwischen 1980 und 1992 bei durchschnittlich rund 5 Mrd. USD pro Jahr. Reformen des Wirtschaftssystems und hohe Wachstumsraten erhöhten das Interesse ausländischer Unternehmen an China und ließen das Niveau der ADI auf 45 Mrd. USD im Jahr 1987 steigen. Einbrüche der Investitionszuflüsse traten als Folge der asiatischen Finanzmarktkrise Ende der 1980er Jahre und der globalen Finanzmarktkrise im Jahr 2008 auf. Mit rund 106 Mrd. USD bzw. 118 Mrd. USD in den Jahren 2010 und 2011 erreichten die jährlichen ADI-Zuflüsse Rekordstände (s. Abb. 6.18). Offizielle Angaben für das 2012 zeigen einen Zufluss von 111,7 Mrd. USD, der damit nur geringfügig unter dem Vorjahreswert liegt (NBS 2013).

Asiatische Länder sind nach wie vor die wichtigsten Investoren in China, doch ist die geografische Bestimmung der Herkunftsländer aufgrund der hohen Zuflüsse aus den Steuerparadiesen (Offshore Financial Centres [OFCs]) schwierig. Zu den OFCs zählen nicht nur Hong-

kong, sondern auch Standorte wie die Jungferninseln oder die Cayman Islands. Auch chinesische Unternehmen haben sich dort aus steuerlichen Gründen mit Holdinggesellschaften niedergelassen und investieren von diesen Standorten aus weltweit. Unternehmen aus Japan und Südkorea investierten in China vor allem aus Kostengründen. Sie binden lokale chinesische Unternehmen in ihre Wertschöpfungsketten ein und sind vor allem in technologieintensiven Industrien wie der Automobil- und Elektronikindustrie aktiv. Neben lokalen Zulieferern setzen diese Unternehmen auch auf externe Zulieferungen, insbesondere bei technischen Komponenten und Zwischenprodukten durch ihre Mutterunternehmen. Innerhalb der Gruppe der ausländischen Investoren waren vor allem Unternehmen aus Europa, den USA und Japan wichtig für den Technologietransfer über Lizenzen, Patente und die Diffusion von Wissen im Rahmen sino-ausländischer Gemeinschaftsunternehmen.

Abb. 6.18
Ausländische
Direktinvestitionen in China
nach Herkunftsregionen
2000–2011
(Angaben in Mrd. usd)

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Gesamt	40,72	60,33	63,02	74,77	92,40	90,03	105,73	117,70
Asien	25,48	35,72	35,09	42,12	56,35	60,65	77,59	89,51
Lateinamerika	4,62	11,29	14,16	20,12	20,90	14,68	13,53	12,50
Europa	4,77	5,64	5,71	4,37	5,46	5,50	5,92	5,88
Deutschland	1,04	1,53	1,98	0,73	0,90	1,22	0,89	1,13
Nordamerika	4,79	3,73	3,69	3,39	3,96	3,68	4,01	3,58
Ozeanien und Pazifikinseln	0,69	2,00	2,26	2,74	3,17	2,53	2,33	2,08
Afrika	0,29	1,07	1,22	1,50	1,67	1,31	1,28	1,64

Quelle:
NBS (China National Bureau of
Statistics) 2001, 2006–2012a

Viele deutsche Unternehmen nutzten die wirtschaftlichen Reformen und die Entwicklung des chinesischen Binnenmarktes und verlagerten Teile ihrer Wertschöpfungsketten nach China (Erber 2012: 28). Der Bestand deutscher Direktinvestitionen in China belief sich Ende 2011 auf 38,795 Mrd. EUR (ohne Investitionen über abhängige Holdinggesellschaften im Ausland lag das Volumen bei 34,955 Mrd. EUR) und war damit prozentual gesehen zwar relativ gering, konzentrierte sich jedoch auf Chinas Schlüsselindustrien. Mit den deutschen Investitionen waren auch Beschäftigungseffekte verbunden. Zwischen 2008 und 2011 stieg die Gesamtzahl der von deutschen Unternehmen in China beschäftigten chinesischen Arbeitskräfte von 396 000 auf rund 500 000 Personen (Deutsche Bundesbank 2013).

Seit einigen Jahren investieren chinesische Unternehmen auch im Ausland bzw. in westlichen Industriestaaten. Allerdings unterscheiden sich dort ihre Investitionsmotive erheblich von denen der westlichen Unternehmen, die in China vor allem aufgrund der kostengünstigen Produktionsbedingungen aktiv sind und um den chinesischen Markt besser erschließen zu können. Chinesische Unternehmen zielen dagegen mit ihren Investitionen in den Industrieländern vor allem auf den Kauf oder die Beteiligung an Unternehmen, die technologisch höher entwickelt sind oder bekannte Markennamen besitzen. Ein weiteres wichtiges Investitionsmotiv chinesischer Unternehmen ist der Zugang zu agrarischen und mineralischen Rohstoffen im Ausland, insbesondere in Ländern Afrikas und Lateinamerikas.

Chinesische Statistiken über Investitionsströme und -bestände zeigen, dass die Auslandsinvestitionen der Unternehmen in den letzten Jahren schnell gestiegen sind. In der ersten Phase

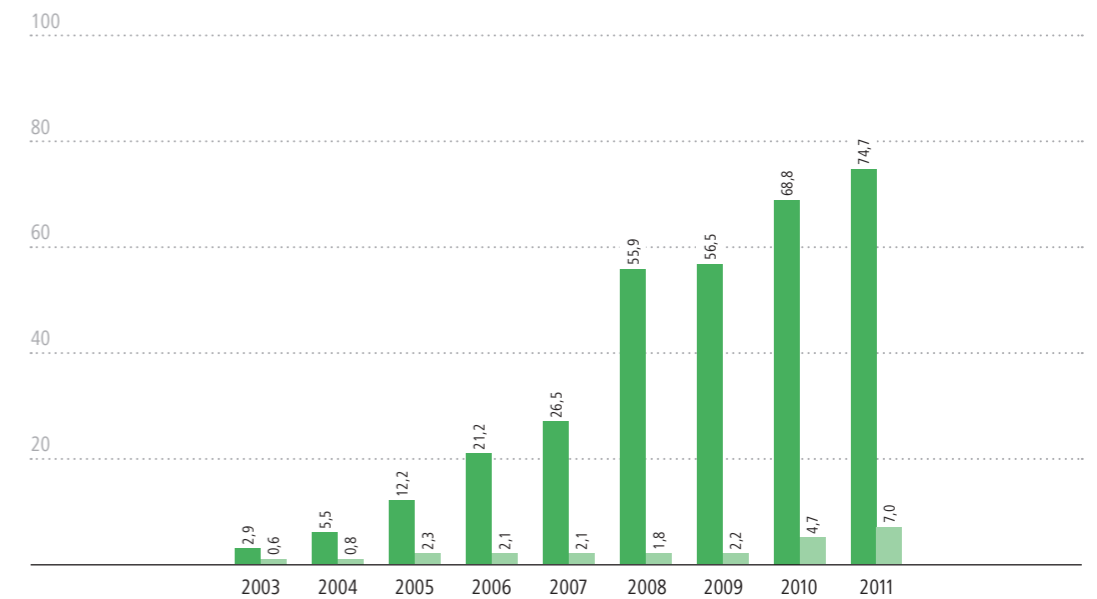
waren hierfür vor allem Investitionen im Rohstoff- und Finanzsektor anderer Länder der Auslöser. Weiterhin erhöhten viele Unternehmen ihr Auslandsengagement durch M&A-Investitionen in Ländern mit hoch entwickelten Industrien. Abbildung 6.19 spiegelt die Entwicklung der Investitionsströme zwischen 2003 und 2011 wider. Erstaunlich ist, dass während der globalen Finanzmarktkrise weiterhin Investitionschancen von den Unternehmen genutzt wurden. Mit einem Volumen von 74,65 Mrd. USD im Jahr 2011 war China weltweit der sechstgrößte Auslandsinvestor und zusammen mit Hongkong der zweitgrößte Investor (MOFCOM 2012: 4). Kumuliert lag das Investitionsvolumen bei 424,78 Mrd. USD. Insgesamt investierten chinesische Unternehmen in 177 Ländern und beschäftigten dort etwa 1,22 Mio. Arbeitskräfte, davon 888 000 lokale Arbeitskräfte (MOFCOM 2012: 5).

Abb. 6.19
Chinesische
Direktinvestitionen im
Ausland, gesamt und
produzierendes Gewerbe
2003–2011
(Angaben in Mrd. usd)

Quelle:
MOFCOM (Ministry of
Commerce of the People's
Republic of China) 2011, 2012

Anmerkung:
Die jährlichen Ströme
chinesischer OFDI
(Outward Foreign Direct
Investment) in den Jahren
2003–2005 schließen keine
Finanzinvestitionen ein, für
die Jahre 2006–2011 sind
Finanzinvestitionen enthalten.

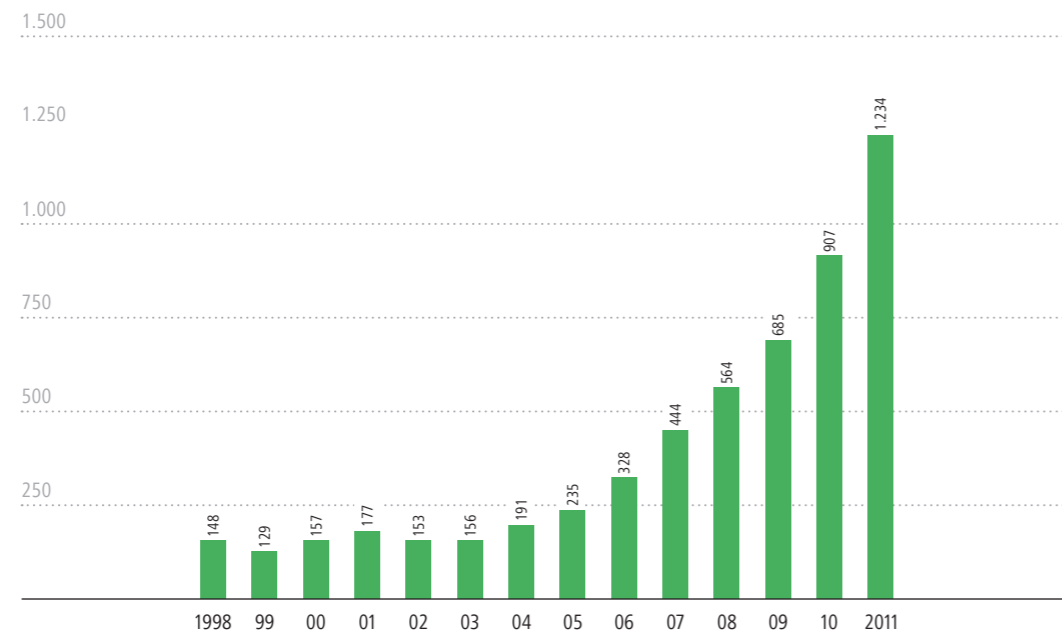
■ jährliche OFDI-Ströme
■ OFDI-Ströme des
produzierenden Gewerbes



Chinesische Unternehmen investierten in Deutschland nach Statistiken der Deutschen Bundesbank bis Ende 2011 rund 1,234 Mrd. EUR in Neugründungen und Übernahmen. Im Vergleich zum Bestand von 148 Mio. EUR im Jahr 1998 war dies ein schneller Anstieg der Investitionen. Die meisten Investitionen wurden zwischen 2007 und 2011 durchgeführt. Auf einen vergleichbaren Wert der Investitionen kommt das chinesische Handelsministerium, das den Bestand Ende 2011 mit 1,502 Mrd. EUR angibt (MOFCOM 2012: 89).

Chinesische Unternehmen sind vor allem daran interessiert, in deutschen technologieintensiven Unternehmen zu investieren, mit ihnen zu kooperieren oder diese aufzukaufen. Bei Betrachtung der Aufkäufe (M&A) zwischen 1996–1992 wird deutlich, dass auf den Maschinen- und Anlagenbau die meisten Investitionen chinesischer Unternehmen entfielen (25 M&A-Transaktionen), gefolgt von Investitionen in den Kfz-Sektor (9 Transaktionen) sowie in die Elektronik- und IT-Industrie (8 Transaktionen). Die meisten chinesischen Investoren im Maschinen- und Anlagenbau (16 der 25 Unternehmen) sind staatseigene Unternehmen, die sich in den letzten Jahren einem umfassenden Restrukturierungs- und Modernisierungsprozess in China unterworfen haben. Nach gesteigerter Wettbewerbsfähigkeit sind sie weltweit auf der Suche nach neuester Technologie, um weitere Fortschritte zu machen. Der Kauf oder die Beteiligung an deutschen Hightechunternehmen hat auch das Ziel, die Reputation im Inland zu erhöhen (Schüler-Zhou/Schüller 2013; Schüller/Meuer/Schüler-Zhou 2012).

Abb. 6.20
Chinesische
Direktinvestitionen in
Deutschland 1998–2011
(Angaben Mio. EUR, Bestand)
Quelle:
Deutsche Bundesbank 2013



In vielen Fällen war der Kauf von deutschen Unternehmen eine Chance für diese, dem Konkursverfahren zu entgehen. Durch Beschäftigungsgarantien für das Personal trugen die chinesischen Investoren zur Stabilität der lokalen Beschäftigungssituation bei. In den Unternehmen, die beispielsweise in dieser Branche zwischen 2003 und 2006 aufgekauft wurden, veränderte sich die Beschäftigung nur geringfügig. Beispiele sind Dürrkopp Adler, Wohlenberg, Waldrich Coburg, Zimmermann, Wirth, HPTec, and Bullmer and TopCut (Hoppenstedt Company Profiles).

Im Gegensatz zu den Übernahmestrategien vieler chinesischer Investoren setzen die sogenannten „Chinese Champions“ – technologieintensive Unternehmen wie beispielsweise Huawei und ZTE – auf Neugründungen von Unternehmen im Ausland bzw. in Deutschland und auf Kooperationen mit deutschen Forschungsinstitutionen und anderen Telekommunikationsunternehmen (Schüller/Schüler-Zhou 2013). Allerdings machte die Untersuchung deutlich, dass aus Sicht eines Teils der Befragten viele Herausforderungen in der deutsch-chinesischen Technologiekooperation bestehen.

Hierzu zählt vor allem die Frage des ausreichenden Schutzes eigener Technologien bei Investitionen in China. So ist mit den Investitionen vor Ort oft ein Transfer von kodifiziertem (Lizenzen, Patente) sowie implizitem (individuellem anwendungsbezogenem) Wissen verbunden. Obwohl die rechtlichen Rahmenbedingungen nach dem WTO-Beitritt Chinas Ende 2001 auf der Basis internationaler Standards angepasst wurden, hatten ausländische Unternehmen insgesamt sowohl mit Problemen des unfreiwilligen (wenn auch legalen) als auch des illegalen Technologietransfers in Form der Verletzung geistiger Eigentumsrechte zu kämpfen (OECD 2008: 411–413). Mit der Veröffentlichung der neuen Innovationspolitik im Jahr 2006, die verstärkt auf eigenständige Innovation setzt, befürchteten ausländische Unternehmen zusätzliche Nachteile. So sollten nur solche Unternehmen mit Auslandskapital, die bei Innovationen in China ihre Patente auch dort anmelden, bei staatlichen Ausschreibungen (öffentlichen Aufträgen) berücksichtigt werden (Schüller 2011).

Eine weitere Befürchtung besteht im Zusammenhang mit Patentierungsstrategien chinesischer Unternehmen, die Anmeldefücken bei ausländischen Technologien nutzen und damit bisher im chinesischen Markt aktive Unternehmen aushebeln können. Ähnliches gilt für die Veränderung von Standards, durch die ausländische Unternehmen diskriminiert werden, beispielsweise im Telekommunikations- oder im Windenergiesektor (EFI 2012: 113–115). Dass auch aktuell deutsche Unternehmen beim Schutz geistiger Eigentumsrechte Probleme haben, zeigte die im Sommer 2013 durchgeführte Befragung („German Business Confidence 2013 – Status and Outlook of German Companies in China“) der Deutschen Außenhandelskammer in Peking. So berichtete jedes fünfte deutsche Unternehmen, dass es in ein vom chinesischen Wettbewerber initiiertes Verfahren zum Schutz geistiger Eigentumsrechte involviert worden war. Jedes dritte Unternehmen erwartet, dass es zu einem wachsenden Wettbewerb aufgrund der zunehmenden Innovationskraft der chinesischen Unternehmen kommen wird (GCCC 2013). Allerdings sind nicht nur ausländische Unternehmen von Verletzungen geistiger Eigentumsrechte durch Wettbewerber konfrontiert, sondern es trifft in hohem Maße auch innovative Unternehmen chinesischer Investoren.

Zusammenfassend hat Chinas weltwirtschaftlicher Aufstieg sowohl die internationalen Gewichte verschoben als auch die bilateralen Beziehungen verändert. Deutschland hat aufgrund seiner Industrie- und Exportschwerpunkte von diesem Aufstieg profitiert und die neuen Marktchancen genutzt. Gleichzeitig ist jedoch für deutsche Unternehmen der Konkurrenzdruck gestiegen, auch im Inland. Als Global Player werden chinesische Unternehmen zukünftig noch stärker als bisher auch in Deutschland als Investoren aktiv werden und über eine technologische Zusammenarbeit ihre internationale Position verbessern wollen.

6.3

6.3.1

Innovation

Wahrnehmung

Schätzen Deutsche die chinesische Wirtschaft als innovativ ein? Wie verhält es sich umgekehrt und welche Rolle spielen Wirtschaftsspionage und Produktpiraterie?

Abb. 6.21
Gefühlte
Wirtschaftsspionage
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Spionieren chinesische
Unternehmen deutsche
Technologien und Erfindungen
aus?

Fragstellung (CN):
Spionieren deutsche
Unternehmen chinesische
Technologien und Erfindungen
aus?

- ja
- teils, teils
- nein
- weiß nicht/keine Angabe

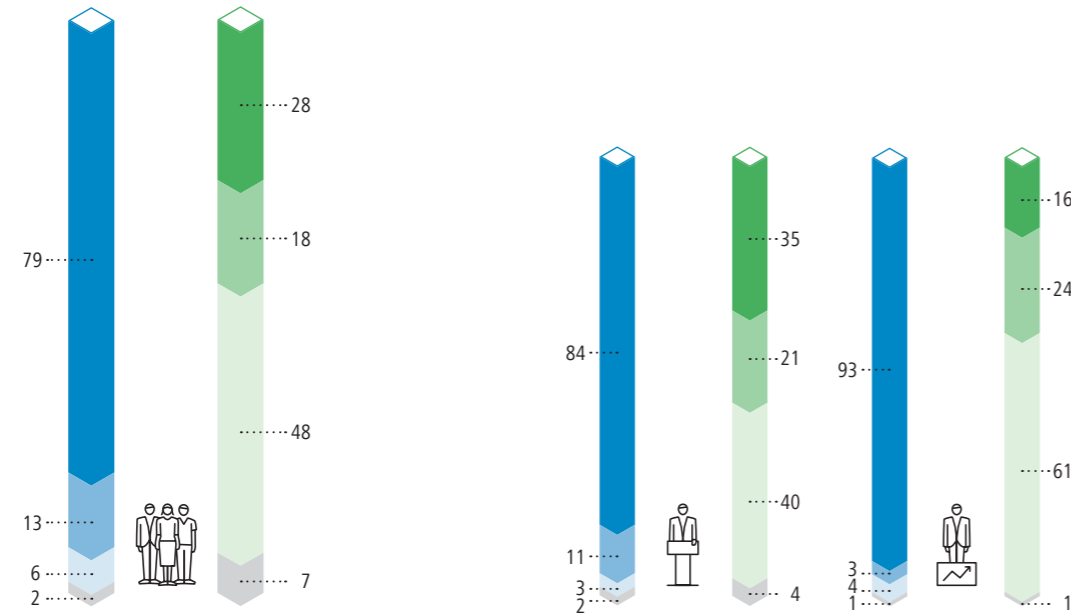


Abb. 6.23
Gefühlte Kompetenz im
Bereich Hightech
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Sind chinesische Unternehmen
in der Lage, Hightechprodukte
herzustellen?

Fragstellung (CN):
Sind deutsche Unternehmen
in der Lage, Hightechprodukte
herzustellen?

- ja
- teils, teils
- nein
- weiß nicht/keine Angabe

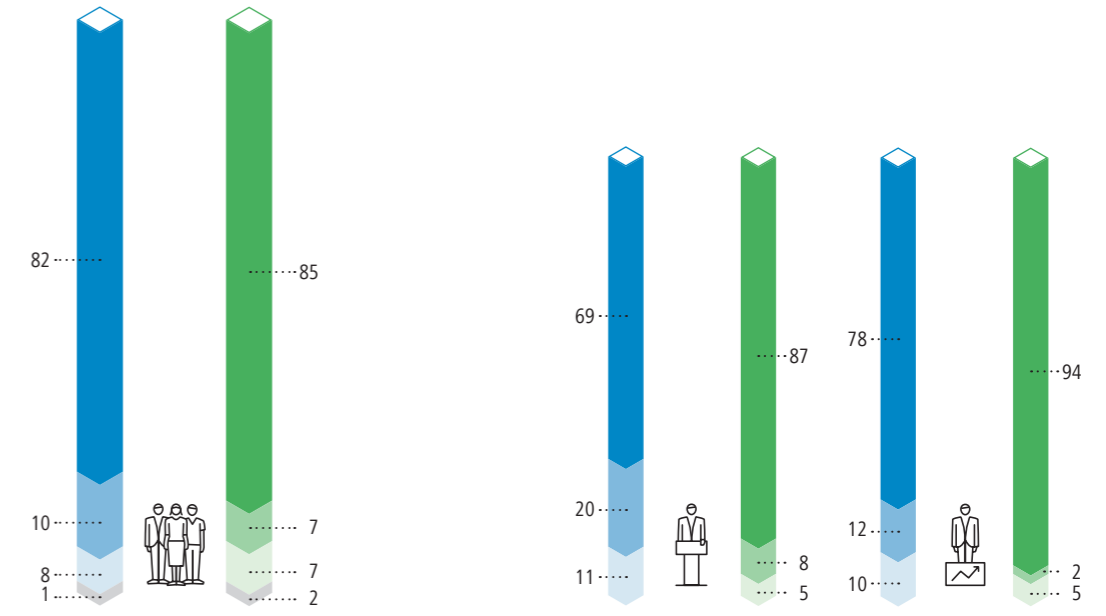


Abb. 6.22
Gefühlte
Produktpiraterie
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Entwickeln chinesische
Unternehmen überwiegend
eigene Produkte oder kopieren
sie westliche?

Fragstellung (CN):
Frage nicht gestellt

- entwickeln eigene
Produkte
- teils, teils
- kopieren westliche
Produkte
- weiß nicht/keine Angabe

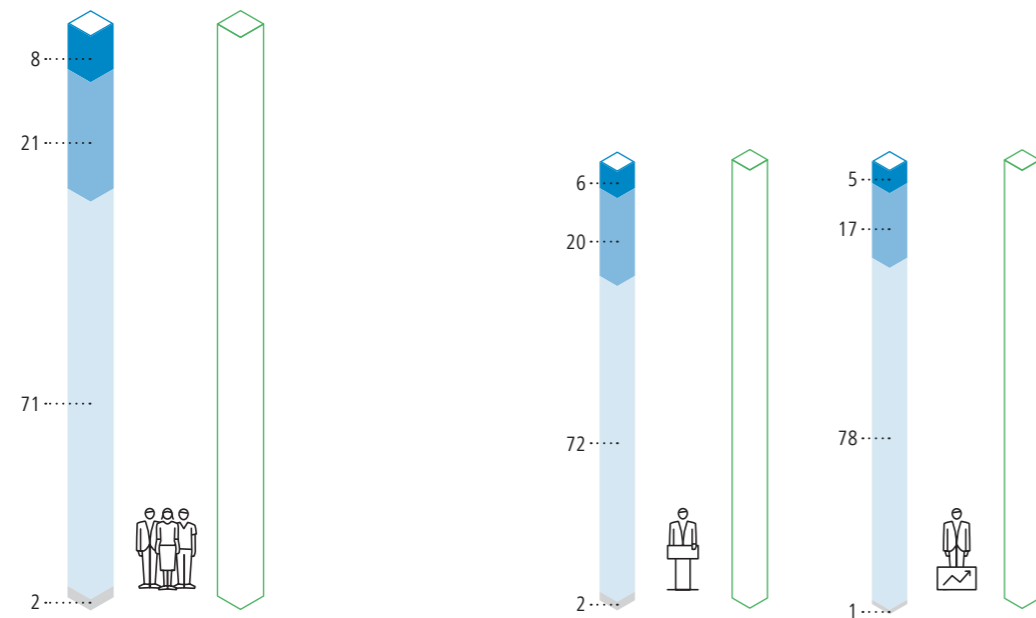


Abb. 6.24
Einschätzung zu Massen-
produktion und Innovation
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Steht China in erster
Linie für Massenproduktion
oder für innovative Produkte?

Fragstellung (CN):
Steht Deutschland in erster
Linie für Massenproduktion
oder für innovative Produkte?

	China	Deutschland	China	Deutschland
China steht in erster Linie für Massenproduktion.	86	27	90	31
China steht teils für Massenproduktion, teils für innovative Produkte.	9	11	8	18
China steht in erster Linie für innovative Produkte.	4	59	1	51
weiß nicht/keine Angabe	1	3	1	0

 Deskription der Befragungsergebnisse: Innovation

1 Unter Innovation wird hier der technische Wandel oder der technische Fortschritt sowie die Entwicklung neuer Produkte und Prozesse verstanden. Erfolgreiche Innovationsprozesse basieren auf der Interaktion zwischen dem industriellen Sektor auf der einen und dem Forschungs- (und Bildungs-) Sektor auf der anderen Seite.

Während chinesische Unternehmen bis Ende der 1990er Jahre moderne Technologien weitgehend aus dem Ausland übernommen haben, setzen sie inzwischen verstärkt auf Innovation¹ statt Imitation.

In der Befragung spiegelt sich dieser Wandlungsprozess allerdings erst sehr eingeschränkt wider. Vielmehr dominiert nach wie vor das Bild eines Landes, in dem die inländischen Unternehmen ausländische Ideen und Technologien auch illegal übernehmen. Diese Wahrnehmung kann als ein Grund für die Unsicherheit bei der Einschätzung von vielen Befragten in Deutschland gesehen werden, ob eher China oder Deutschland von einer technologischen Kooperation profitiert. Konträr zur Einschätzung der Befragten in Deutschland zeigt die Befragung in China, dass Deutschland als ein sehr innovatives Land wahrgenommen wird. Gleichzeitig glauben die meisten Befragten, dass beide Seiten von einer Technologiekooperation profitieren.

In der Spontanassoziation verbindet ein Teil der Bevölkerung in Deutschland mit China den Begriff „Ideendiebstahl, Ideenkopie“ (12 %, 2012: 8 %). Ein ähnliches Bild hatten die Wirtschaftsentscheider und Politiker.

Im Gegensatz zu den negativen Assoziationen in Deutschland verbindet ein Teil der Bevölkerung, Wirtschaftsentscheider und Politiker in China mit Deutschland die Begriffe „starke Industrie/Technologie“.

Fast drei Viertel der befragten Bevölkerung (71 %; 2012: 85 %) und Politiker (72 %; 2012: 85 %) sowie 78 % der Wirtschaftsentscheider (2012: 90 %) in Deutschland glauben, dass chinesische Unternehmen überwiegend westliche Produkte kopieren, anstatt eigene Produkte zu entwickeln. Jüngere Befragte in der Gruppe Bevölkerung und Politiker gehen eher davon aus, dass China eigene neue Produkte entwickelt.

Die große Mehrheit (86 %) der Bevölkerung in Deutschland nimmt China in erster Linie als Hersteller von Massenprodukten wahr. Wirtschaftsentscheider (94 %) und Politiker (90 %) haben hier eine noch kritischere Wahrnehmung.

Nur wenige chinesische Unternehmen werden in der Befragung von deutschen Wirtschaftsentscheidern als innovativ bezeichnet. Hierzu zählen Yingli Solar, Lenovo und Huawei.

Im Gegensatz zur Befragung in Deutschland geht mehr als die Hälfte der befragten Bevölkerung in China (59 %) davon aus, dass Deutschland in erster Linie für innovative Produkte steht. Diese Wahrnehmung ist noch stärker bei jüngeren Befragten und solchen mit höherem Haushaltseinkommen.

Mehr als drei Viertel (79 %) der Bevölkerung (2012: 82 %) und 84 % der Politiker (2012: 89 %) in Deutschland teilen die Wahrnehmung, dass chinesische Unternehmen deutsche Technologien ausspionieren. Noch kritischer (93 %) beantworten die Wirtschaftsentscheider (2012: 92 %) in Deutschland diese Frage; nur Wirtschaftsentscheider, die bereits in China waren, glauben dies etwas seltener (88 %).

Die Einschätzung zur Frage, ob deutsche Unternehmen Technologien in China ausspionieren würden, fiel in der Befragung in China völlig unterschiedlich aus. So glaubten nur 28 % der Bevölkerung, dass deutsche Unternehmen chinesische Technologien ausspionieren, während 18 % mit „teils, teils“ antworteten. Bei den Wirtschaftsentscheidern gab es eine andere Einschätzung, da in dieser Gruppe lediglich 16 % davon ausgehen, dass deutsche Unternehmen chinesische Technologien ausspionieren.

Deutsche Medien greifen das Thema Innovation nur selten (5 % der Berichterstattung) und eher indirekt über die Berichte zu globalisierten Märkten und Wertschöpfungsketten auf. Hierbei ist die Bewertung stärker positiv als negativ 18 % bzw. 10 %. In den chinesischen Medien taucht dagegen das Thema Innovation/Patente öfter auf (11 % der Berichterstattung). Die Bewertung ist dabei mehrheitlich positiv (56 %).

Vor dem Hintergrund der Befragungs- und Medienergebnisse stellt sich die Frage, wie innovativ China bzw. wie abhängig das Land von ausländischer Technologie ist.

 Einordnung und Hintergrund: Innovation

Während die westlichen Länder ihren wirtschaftlichen Aufstieg durch die industrielle Revolution bzw. den Aufbau einer eigenen technologischen Basis realisierten, konnten Länder mit sogenannter nachholender Entwicklung (latecomer) wie China bestehende Technologien übernehmen und darauf aufbauen. Aus der latecomer-Perspektive ist es das zentrale strategische Ziel der Regierungen in diesen Ländern, den technologischen Rückstand gegenüber den traditionellen Industriestaaten zu verringern, um unabhängig von diesen zu werden bzw. diese einzuholen (catch-up). Da die Ressourcenausstattung dieser Länder und ihrer Unternehmen durch eine schwache Startposition mit beschränkten Unternehmensressourcen gekennzeichnet ist (Mathews 2002), erklärt dies die proaktive Rolle des Staates beim Technologietransfer und bei der Erschließung ausländischer Märkte (Schüler-Zhou/Schüller/Clement 2013).

Auch China setzte neben dem Aufbau einer eigenen Industriebasis auf den Technologietransfer aus dem Ausland. Obwohl diese Strategie durchaus Erfolge zeigte, blieb die Abhängigkeit von ausländischer Technologie hoch. Deshalb leitete die chinesische Regierung vor einigen Jahren einen Strategiewechsel in der Innovationspolitik ein. Dieser setzt auf mehr eigenständige Innovation von Produkten, Technologien und Marken, die in China entwickelt werden und die sich im Eigentum chinesischer Unternehmen befinden sollen.

Als Indikatoren für die Abhängigkeit Chinas von ausländischer Technologie bieten sich die Technologiehandelsbilanz und die Rolle der Technologieimporte an. Ein Vergleich der Jahre 2000 und 2010 macht deutlich, dass sich die chinesische Exportgüterstruktur enorm zugunsten von Ausfuhren forschungsintensiver Güter verändert hat. Diese Entwicklung hin zu F&E²-intensiven Exporten steht im Widerspruch zu der Wahrnehmung, dass chinesische Produkte nur Massenprodukte sind. Vor diesem Hintergrund ist auch erklärbar, dass die Wirtschaftsentscheider die Innovationskraft Chinas inzwischen im Vergleich zur Befragung 2012 positiver beurteilen.

Allerdings lag selbst im Jahr 2010 der Anteil dieser Produktgruppe mit 41,2% niedriger als der Anteil der sonstigen verarbeiteten Industriewaren mit 57,4%. Auf der Importseite wird deutlich, dass China nach wie vor von Technologiezulieferungen abhängig ist. So haben sich die Anteile der Einfuhren von Spitzentechnik und hochwertiger Technik bzw. bei forschungsintensiven Gütern kaum verändert (s. Abb. 6.25).

Abb. 6.25
Ein- und Ausfuhren Chinas nach Güterbereichen 2000 und 2010 (Anteile am gesamten Ein- bzw. Ausfuhrvolumen nach Gütern in Prozent)

Exporte unterschiedlicher Gütergruppen ¹	2000	2010
Spitzentechnik	14,6	23,2
Hochwertige Technik	14,3	18,0
F&E-intensive Güter	28,9	41,2
Sonstige verarbeitete Industriewaren	67,0	57,4
Rohstoffe (aus Landwirtschaft und Bergbau)	4,2	1,4
Importe unterschiedlicher Gütergruppen ¹	2000	2010
Spitzentechnik	20,4	21,8
Hochwertige Technik	26,5	23,5
F&E-intensive Güter	46,8	45,3
Sonstige verarbeitete Industriewaren	40,0	28,1
Rohstoffe (aus Landwirtschaft und Bergbau)	13,1	26,7

Quelle: Gehrke/Krawczyk 2012: 46

¹ Die Anteile der Exportgütergruppen „Spitzentechnik“ und „Hochwertige Technik“ ergeben die Gruppe „F&E-intensive Güter“, die übrigen zwei Gütergruppen werden nicht dazugerechnet, sondern stellen eigenständige Gütergruppen dar. Dies gilt ebenfalls für den Import. Güter der Spitzentechnik weisen die höchste F&E-Intensität auf (Gehrke/Krawczyk 2012: 6).

Global gesehen hat es durch den Aufstieg Chinas seit den 1990er Jahren eine erhebliche Verschiebung im Handel mit forschungsintensiven (F&E-)Waren zwischen den traditionellen Industrieländern und China gegeben. Internationalen Handelsstatistiken zufolge entfielen auf die EU-15, die USA und Japan in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre rund drei Viertel des Welthandels mit F&E-intensiven Produkten. Der Anteil dieser Länder ging bis 2009/2010 auf weniger als 60% zurück. Chinas Beitrag zum globalen Außenhandel von Spitzentechnologien lag bei 3,5% im Jahr 2000 und stieg auf 19,4% im Jahr 2010 (Gehrke/Krawczyk 2012: 45). Diese Entwicklung ist vor allem auf die Zunahme der chinesischen Exporte von Spitzentechnik zurückzuführen. Zwischen 2000 und 2010 stieg dieser Anteil am gesamten Ausfuhrvolumen von 14,6% auf 23,3% (s. Abb. 6.25). Damit verzeichnete China einen Welthandelsanteil bei Spitzentechnologien von rund 19% im Jahr 2010, der damit höher als die Anteile der USA (9%), Deutschlands (7%), Koreas (6,5%) und Japans (5%) lag (Gehrke/Krawczyk 2012: 45).

Obwohl den internationalen Handelsstatistiken zufolge China also eine Führungsrolle bei Spitzentechnologien einnimmt, spiegeln diese Daten nur begrenzt Chinas Innovations-

fähigkeit wider. Vielmehr handelt es sich in vielen Fällen um Exporte, die auf den Zulieferungen technologieintensiver Einfuhren basieren. Während China beispielsweise im Handel mit Computern und Telekommunikationsausrüstungen im Jahr 2010 einen Überschuss von 287 Mrd. USD generierte, verzeichnete die Elektronikbranche aufgrund der hohen Importe ein Defizit von 127 Mrd. USD (s. Abb. 6.26). Wird also der Hightech-Außenhandel insgesamt betrachtet, ergibt sich ein anderes Bild.

Abb. 6.26
Chinas Hightech-Außenhandel im Jahr 2011

Quelle: NBS (National Bureau of Statistics of China) 2012b: 159

Technologien	Exporte		Importe		Saldo Mrd. USD
	Mrd. USD	Anteil in Prozent	Mrd. USD	Anteil in Prozent	
Computer und Telekommunikation	392,943	71,6	105,641	22,8	287,302
Life Sciences	17,843	3,3	15,796	3,4	2,047
Elektronik	86,584	15,8	213,975	46,2	-127,391
Computergest. Produktion	8,940	1,6	46,926	10,1	-37,986
Luft- und Raumfahrt	4,599	0,8	19,015	4,1	-14,416
Fotoelektronik	32,114	5,8	54,203	11,7	-22,089
Biotechnologie	0,414	0,1	0,449	0,1	-0,035
Materialien	4,716	0,9	5,933	1,3	-1,217
Sonstige	0,677	0,1	1,287	0,3	-0,610
Gesamt	548,830	100	463,225	100	85,605

Entscheidend für den Aufstieg Chinas als Exporteur von Hightechprodukten war die Einbindung chinesischer Unternehmen in die Wertschöpfungsketten ausländischer Konzerne. Nach wie vor ist die Zulieferung von Zwischenprodukten und Komponenten für die Endfertigung in sino-ausländischen Gemeinschaftsunternehmen in China vor allem in der Elektronikindustrie von Bedeutung. Die Elektronikindustrie zählt zu den sehr stark globalisierten Industrien, die in besonderer Weise internationalen Nachfrageschwankungen ausgesetzt sind. Sino-ausländische Unternehmen stellten beispielsweise im Jahr 2007 rund 90% der chinesischen Elektronikexporte. Sie sind auch nach wie vor in hohem Maße von Zulieferungen abhängig (Gaulier/Lemoine/Ünal 2011: 18–19; Schüller 2014).

Insgesamt ist die Bedeutung der auslandsinvestierten Unternehmen für den chinesischen Außenhandel sehr groß. Diese Unternehmen trugen im Jahr 2011 rund die Hälfte zum gesamten Außenhandel bei; bei den Exporten fiel ihr Beitrag etwas höher (52,4%) als bei den Importen (49,6%) aus (s. Abb. 6.27). Bei den Hightechexporten lag der Anteil der auslandsinvestierten Unternehmen im Jahr 2010 bei 82% (Xing 2012: 8).

Neben der Positionierung Chinas im internationalen Technologiehandel bieten sich verschiedene Input- und Outputfaktoren an, um die Innovationskapazitäten zu vergleichen. Hierzu

zählen die Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) und der Einsatz von Experten (Humankapital) sowie die Outputfaktoren Patente, wissenschaftliche Zeitschriftenartikel und Zitationen.

Abb. 6.27
Anteile der Unternehmen mit Auslandskapital am Außenhandel Chinas 2000–2011 (Angaben in Prozent)

	2000	2005	2010	2011	
Gesamt		49,9	58,5	53,8	51,1
Exporte		47,9	58,3	54,6	52,4
Importe		52,1	58,7	52,9	49,6

Quelle:
NBS (National Bureau of Statistics of China) 2001, 2006, 2011 und 2012c

Chinas F&E-Ausgaben spiegeln die wachsende Anstrengung des Landes in der Forschung wider. Das Volumen verdreifachte sich nahezu zwischen 2006 und 2011 von rund 300 Mrd. CNY auf 869 Mrd. CNY. Werden die Ausgaben in Relation zum BIP gesetzt, stieg der Anteil zwischen 2000 von 0,9 % auf 1,84 % im Jahr 2011 (s. Abb. 6.28). Damit liegt China im internationalen Vergleich bei der F&E-Intensität gleichauf mit Portugal, Irland, Italien und Spanien. Chinas Anteil an den F&E-Ausgaben der OECD und den übrigen BRICS-Staaten stieg von 2 % im Jahr 1995 auf 14 % im Jahr 2011. China trägt also entgegen der Wahrnehmung erheblich zu den globalen F&E-Ausgaben bei.

Die Ausweitung der F&E-Ausgaben war vor allem durch die Zunahme der Unternehmensforschung bedingt. So sank der Anteil des Staates an den Ausgaben für F&E von 42 % für staatliche Forschungsinstitute und 12 % für Hochschulen auf insgesamt 26 % für beide Bereiche. Die Schwerpunkte der Unternehmensforschung im verarbeitenden Gewerbe konzentrieren sich mit je einem Fünftel der Ausgaben auf Elektronik sowie Informations- und Kommunikationstechnologien. Weitere Schwerpunkte sind Fahrzeugbau (15 %), Maschinenbau (13 %), Eisenerzeugung und -verarbeitung (12 %) sowie Elektrotechnik (11 %). Innerhalb der unternehmerischen F&E-Ausgaben liegt ein Fokus auf der experimentellen Entwicklung (98 %), die auf eine Verbesserung von Produkten und Prozessen abzielt. Dieser Anteil ist in Deutschland dagegen mit 46 % deutlich geringer (Gehrke et al. 2013: 73–81).

Die Aufteilung der nationalen F&E-Ausgaben auf Forschungsaktivitäten zeigt einen sehr geringen Anteil für die chinesische Grundlagenforschung von 4,7 %, während 11,8 % in die angewandte Forschung und 83,5 % in die experimentelle Entwicklung fließen (s. Abb. 6.29).

Insbesondere bei den Ausgaben für die Grundlagenforschung unterscheidet sich die Struktur der F&E-Ausgaben Chinas von derjenigen westlicher Industriestaaten, die eine Quote zwischen 15–25 % aufweisen. Ein anderes Merkmal des chinesischen Innovationssystems ist außerdem, dass die Universitäten in der Forschung eine geringere Rolle als in anderen Ländern spielen. In Deutschland lag beispielsweise der Anteil der an den deutschen Hochschulen durchgeführten Forschung an den gesamten F&E-Ausgaben bei 18,3 %, während dieser Anteil in China lediglich 7,9 % ausmachte (s. Abb. 6.29).

Bei der Ausstattung mit Forschungspersonal sind die absoluten Zahlen für China sehr beeindruckend. Die Gesamtzahl der Beschäftigten im Forschungssektor stieg bis zum Jahr 2011 auf rund 40 Mio., davon waren rund 19 Mio. Wissenschaftler. Bezogen auf die Bevölkerungszahl stellt sich Chinas Ausstattung mit Wissenschaftlern kritischer dar. So entfielen im Jahr 2011 auf 10.000 Beschäftigte in China lediglich 25 Wissenschaftler, in Deutschland lag dieser Anteil bei 78 Wissenschaftlern (MOST 2013) (s. Abb. 6.29).

Abb. 6.28
Ausgaben für Forschung und Entwicklung 2000–2011 (Angaben in Prozent vom BIP)

Quelle:
NBS (National Bureau of Statistics of China) 2011b; MOST (Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China) 2013

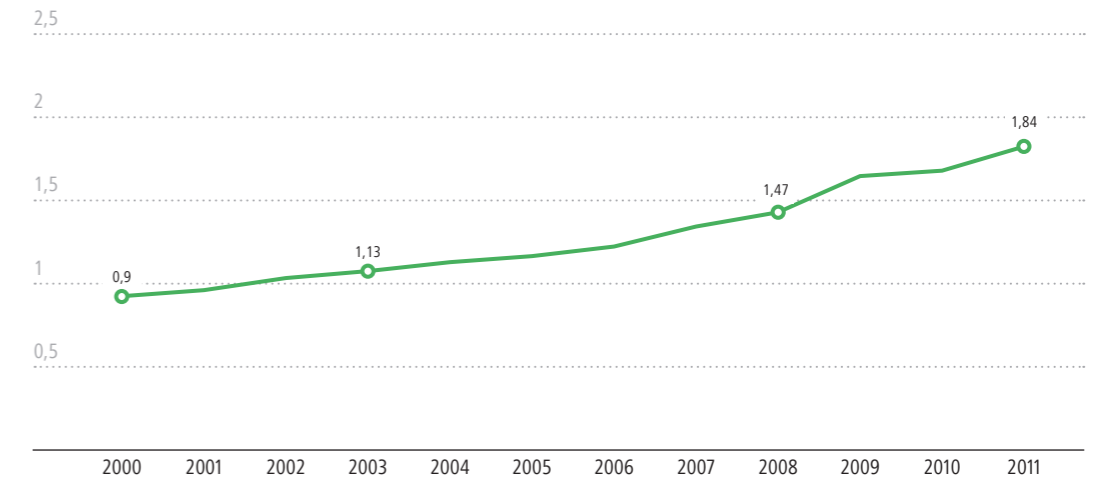


Abb. 6.29
Vergleich von Innovationsindikatoren in China und Deutschland (Bezugsjahr 2011) (Angaben in Prozent)

1 bezogen auf 10 000 Arbeitskräfte
2 bezogen auf F&E-Beschäftigte
3 n. v. (nicht verfügbar)

Anmerkungen:
F&E-Finanzierung China: für 2011 gibt es keine Angabe, für 2010 wird der Finanzierungsanteil des Auslands mit 1,3 % angegeben (1995 mit 1,3 %).

F&E-Finanzierung Deutschland: Unter Sonstiges zählen auch 3,9 % F&E-Finanzierung des Auslands dazu F&E-Durchführung in Deutschland: Die drei Kategorien addieren sich aufgrund vorläufiger Angaben und statistischer Umstellung nicht auf 100 %.

Quellen:
NBS (National Bureau of Statistics of China) 2012b: 248; Gehrke et al. 2013: 104, 108

	Deutschland	China
F&E in Relation zum BIP	2,88	1,77
F&E-Beschäftigte ¹	132	53
davon Wissenschaftler ²	79	25
F&E-Finanzierung		
Unternehmen	65,6	73,9
Staatssektor	30,3	21,7
Sonstige	4,1	4,4
F&E-Durchführung		
Unternehmen	67,4	75,7
Staatssektor	14,8	15,0
Hochschulsektor	18,3	7,9
Privater Non-Profit-Sektor	n. v. ³	1,3
Forschungsarten		
Grundlagenforschung	n. v.	4,7
Angewandte Forschung	n. v.	11,8
Experimentelle Entwicklung	n. v.	83,5

Chinas Aufholprozess in der Forschung spiegelt sich auch bei den Outputfaktoren wissenschaftliche Veröffentlichungen und Patente wider. Auch diese Entwicklung widerspricht deutlich der Wahrnehmung der Befragten in Deutschland, die China als wenig innovatives Land einschätzen. Die Zahl der Veröffentlichungen wissenschaftlicher Aufsätze ist in China in den letzten Jahren rasch gestiegen, nicht zuletzt weil auch in China die akademische Karriere inzwischen von diesem Indikator abhängt. Zwischen 2000 und 2010 vergrößerte sich der Anteil

3 SCIE (Science Citation Index Expanded), SSCI (Social Science Citation Index)

chinesischer Veröffentlichungen an den international im SCIE und SSCI³ registrierten Veröffentlichungen von 3,5 % auf 11 %. China hat in diesem Bereich bereits die meisten führenden Industrienationen überholt. Nur die USA wiesen Ende 2010 mit 28 % einen höheren Länderanteil an den gesamten wissenschaftlichen Veröffentlichungen auf (s. Abb. 6.30). Allerdings werden chinesische Veröffentlichungen im internationalen Vergleich weniger oft zitiert und die Zitationsrate pro Artikel lag 2008 noch unter dem Weltdurchschnitt (s. Abb. 6.31).

Abb. 6.30 Vergleich der Länderanteile an wissenschaftlichen Publikationen 2000–2010 (Angaben in Prozent)

	2000	2008	2010
USA	32,1	28,7	28,0
China	3,5	9,2	11,0
Großbritannien	9,3	7,9	7,8
Deutschland	8,1	7,2	7,3
Japan	8,7	6,6	6,0
Frankreich	5,9	5,3	5,2
Kanada	4,2	4,5	4,5
Italien	3,9	4,3	4,3
Indien	2,0	3,3	3,4
Korea	1,6	2,9	3,3

Quelle: EFI (Expertenkommission Forschung und Innovation) 2012: 112

Abb. 6.31 Zitationsrate in wissenschaftlichen Publikationen 2000 und 2008 (Angaben in Zitationen pro Publikation)

	2000	2008
Welt	2,9	3,7
USA	4,6	5,6
China	1,3	3,1
Großbritannien	3,8	5,4
Deutschland	3,5	5,1
Japan	2,7	3,6

Quelle: EFI (Expertenkommission Forschung und Innovation) 2012: 112

Bereits zu Beginn der Wirtschaftsreformen Anfang der 1980er Jahre griff die chinesische Regierung mit dem Aufbau eines institutionellen und gesetzlichen Rahmens das Thema Schutz geistigen Eigentums als Voraussetzung für Innovation auf. Auch in Kooperation mit dem deutschen Patentamt wurde eine entsprechende Verwaltung in China errichtet und Mitte der 1980er Jahre das erste Patentrecht erlassen. Obwohl also die formalen gesetzlichen Rahmenbedingungen für den Schutz geistiger Eigentumsrechte bereits seit mehr als zwei Dekaden bestehen, zählt China zu den Ländern, in denen Patentverletzungen sowie Produkt- und Markenpiraterie stark verbreitet sind. Dies spiegelt ein Problem wider, dass sich ebenfalls in anderen Transformationsländern finden lässt, die zwar formal westliche Rechtsstrukturen übernommen haben, diese aber aufgrund unterschiedlicher Normen und Werte sowie unzureichender staatlicher Durchsetzungsmacht nicht tatsächlich nutzen können. Die negativen Auswirkungen auf die Innovationsentwicklung wurden immer deutlicher. Mit dem 2006 beschlossenen Technologieprogramm (Plan für die mittel- und langfristige Entwicklung

von Wissenschaft und Technologie 2006–2020) gab die chinesische Regierung das Ziel vor, unabhängig von ausländischer Technologie zu werden. Um den Anschluss an die international führenden Länder zu finden, sollen bis zum Jahre 2020 die F&E-Ausgaben auf 2,5 % des Bruttoinlandsprodukts und der Beitrag von Wissenschaft und Technologie zum BIP-Wachstum auf 60 % erhöht werden. Erklärtes Ziel ist auch, dass China eines der fünf führenden Länder hinsichtlich der im Inland entwickelten Patente und der Zitationen in internationalen Wissenschaftspublikationen werden soll. Die Neuorientierung der chinesischen Innovationspolitik macht deutlich, dass der Schutz geistigen Eigentums und die Förderung von Patenten als wichtige Voraussetzungen für den Übergang von der Imitation zur Innovation gesehen werden.

Ebenso wie wissenschaftliche Veröffentlichungen wurde die Patententwicklung gezielt gefördert und die Zahl der Patente ist rasant gestiegen. Drei verschiedene Patenttypen werden im chinesischen Patentsystem unterschieden: Erfindungspatente, Gebrauchsmuster und Design bzw. Geschmacksmuster. Am wichtigsten sind die Erfindungspatente, da sie die Fähigkeit eines Landes widerspiegeln, Wissensressourcen in potenzielle ökonomische Gewinne zu verwandeln (Pattloch 2010). Die Zahl der genehmigten Patente stieg zwischen 2000 und 2011 von 105 345 auf 960 513 in bemerkenswertem Umfang. Gleichzeitig nahmen die Erfindungspatente und ihr Anteil an den gesamten Patenten rasch zu (s. Abb. 6.32).

Seit 2007 melden mehr chinesische als ausländische Unternehmen Patente in China an. Nach wie vor ist jedoch die Patenterteilungsrate (Anteil der genehmigten Patente an den angemeldeten Patenten) ausländischer Anmelder deutlich höher. Während im Jahr 2010 chinesische Anmelder eine Erteilungsrate von 27,2 % erreichten, betrug diese Quote bei den ausländischen Anmeldern 49,5 % (EFI 2012: 113). Obwohl große Fortschritte im Patentwesen festgestellt werden können, besteht jedoch eine Diskussion um die Qualität vieler chinesischer Patente.

Oftmals weisen diese nur geringfügige Anpassungen auf und können somit nicht uneingeschränkt als ein Indikator für eine höhere Innovationskapazität gelten (EFI 2012: 113–114). Andererseits zeigen Untersuchungen für das Jahr 2010, dass der Anteil der Patente im Hightechsektor in China nicht viel geringer als in Deutschland ist (51 % bzw. 45 %). Deutschland hat bei sogenannten Leading-edge-Technologien sogar einen geringeren Anteil als China (15 % bzw. 25 %) (Neuhäusler et al. 2013: 14). Diese Daten widersprechen der Wahrnehmung der Befragten in Deutschland, dass aus China keine innovativen Produkte kommen.

Abb. 6.32 Genehmigte chinesische Patente 2000–2011

Quelle: NBS (National Bureau of Statistics of China) 2011b

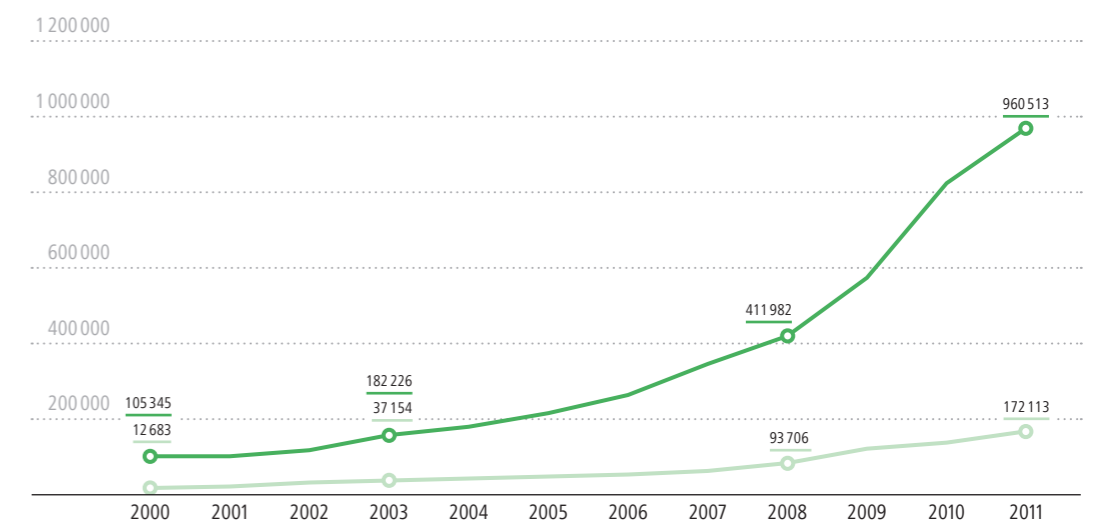


Abb. 6.33
Chinesische
Hightechunternehmen in
Wachstumsfeldern

Quelle:
EFI (Expertenkommission
Forschung und
Innovation) 2012

Die Daten basieren auf den
Geschäftsberichten des Jahres
2010; BYD für 2007

Wachstumsfeld	Unternehmen	Umsatz in Mrd. USD	Forschung und Entwicklung in Mrd. EUR	Beschäftigte
Mobilkommunikation (Hersteller)	Huawei	23,2	2,07	110 000
	ZTE	8,8	0,89	85 232
Mobilkommunikation (Betreiberfirmen)	China Mobile	60,7	6,07	164 336
	China Unicom	21,4	–	215 820
Konsumelektronik	TCL	6,5	0,23	50 000
	Haier	4,5	0,01	18 200
Photovoltaik	Suntech	2,4	0,03	20 200
	Trina	1,5	0,02	13 000
Internet	Baidu	1,0	0,09	11 000
	Alibaba	0,7	0,07	13 674
Computer/PC	Lenovo	13,8	0,18	22 205
	Founder TG	0,8	–	4 500
Elektromobilität (Batterietechnik)	Build Your Dream (BYD)	2,1	0,07	55 000

Zu den Unternehmen, die in China im Jahr 2011 die meisten Patente angemeldet haben, zählen ZTE und Huawei mit 4 685 Patentanmeldungen bzw. 3 617 Anmeldungen. Diese Unternehmen sind es auch, die die meisten Patente im Ausland einreichen. Dies signalisiert bei beiden Unternehmen ihre starke Internationalisierungsstrategie und ihr höheres Technologieniveau, da im Ausland genehmigte Patente (beim europäischen Patentamt oder beim US-Patentamt) in der Regel höhere Ansprüche erfüllen müssen. Im Jahr 2011 lag ZTE bei den Auslandspatenten an erster Stelle (2 826 Anmeldungen), Huawei an dritter Stelle (1 831 Patentanmeldungen) (MOST 2013). Die Schwerpunkte chinesischer Unternehmen bei Patentanmeldungen im Ausland sind neben Telekommunikation der Automobilbau, Elektronik und Umwelttechnologie.

Erste Erfolge beim Übergang von der Imitation zur Innovation sind auf der Unternehmens-ebene bereits feststellbar, wie die nebenstehende Tabelle zeigt, die chinesische Hightechunternehmen in zentralen Wachstumsfeldern auflistet (s. Abb. 6.33). Vor allem die Unternehmen in der Mobilkommunikation wie Huawei und ZTE zählen zu denjenigen, die hohe F&E-Ausgaben einsetzen, um innovativ zu sein.

Der Aufstieg der oben genannten chinesischen Unternehmen in Hightech-Wachstumsfelder stimmt auch weitgehend mit dem Bild der deutschen Wirtschaftsentscheider über die Inno-

vationskraft bestimmter Unternehmen aus China überein. Beispielsweise beurteilte nahezu die Hälfte (46 %) dieser Gruppe das IT-Unternehmen Lenovo als sehr innovativ, während 30 % der deutschen Wirtschaftsentscheider Huawei als sehr innovativ (8 %) bzw. eher innovativ (22 %) betrachten. Das Solarunternehmen Yingli wird von den Befragten ebenfalls als innovativ oder eher innovativ (10 % bzw. 29 %) angesehen. Da die Internationalisierung dieses Unternehmens erst in den letzten Jahren stattfand, kann es wohl auch deswegen nicht in der nebenstehenden Tabelle gefunden werden.

Es können bereits große Fortschritte bei der Ausweitung der Innovationskapazitäten in China festgestellt werden. Damit differenziert sich das Bild eines Landes, das nur auf Massenproduktion setzt und nicht auf Innovation. Die Wahrnehmung der Befragten in Deutschland entspricht deshalb nur eingeschränkt der tatsächlichen Entwicklung der letzten Jahre. Chinas politische Ziele sind sehr ambitioniert und fokussieren dieselben Prioritäten in der Innovation wie die westlichen Industriestaaten. So sieht der aktuelle Fünfjahresplan für den Zeitraum 2011–2015 als Schwerpunkte der Entwicklung den Ausbau des Energie- und Umweltsektors, der IT-Industrie, der Biotechnologie, von Hightech-Investitionsgütern wie Flugzeug- und Maschinenbau, von neuen Werkstoffen sowie im Automobilsektor die Entwicklung der Elektromobilität vor.

6.4

6.4.1

Produktqualität Wahrnehmung

Wie bewerten Deutsche Qualität, Preis und internationale Wettbewerbsfähigkeit chinesischer Produkte? Was halten Chinesen umgekehrt von deutschen Produkten?

Abb. 6.34
Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit (Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Sind chinesische Technologieprodukte international wettbewerbsfähig?

Fragstellung (CN):
Sind deutsche Technologieprodukte international wettbewerbsfähig?

- ja
- teils, teils
- nein
- weiß nicht/keine Angabe

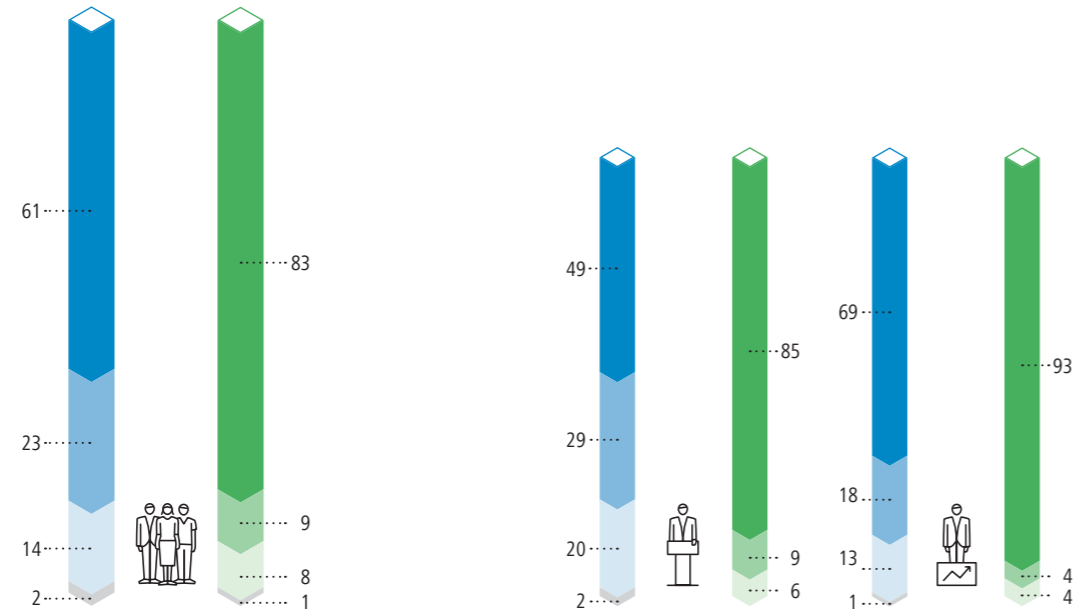


Abb. 6.36
Einschätzung der Produktqualität (Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wie schätzen Sie die Qualität chinesischer Produkte ein?

Fragstellung (CN):
Wie schätzen Sie die Qualität deutscher Produkte ein?

- hoch
- teils, teils
- niedrig
- weiß nicht/keine Angabe

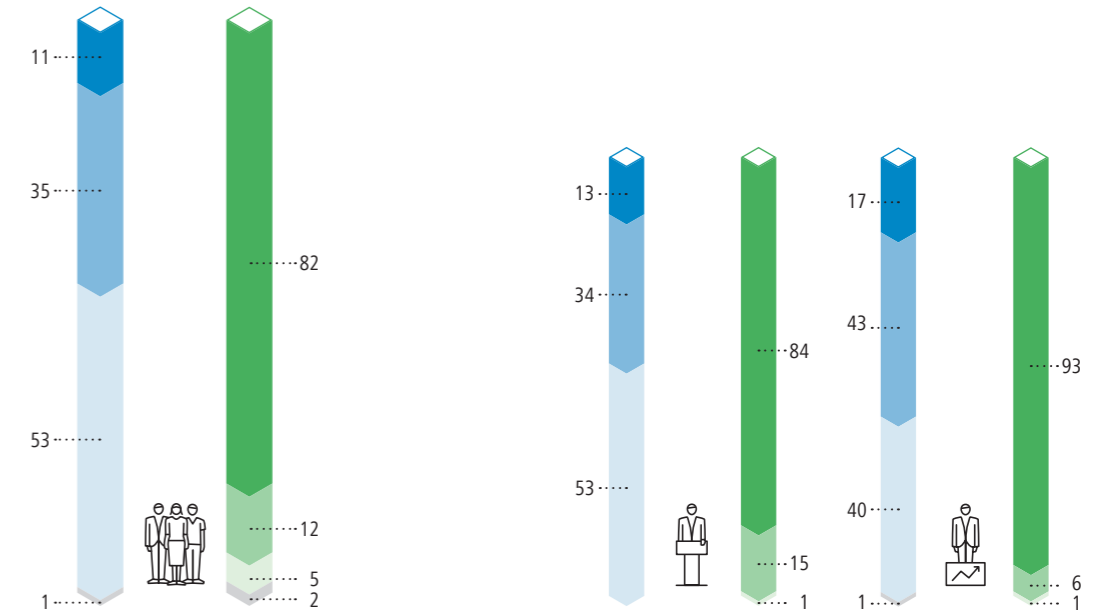
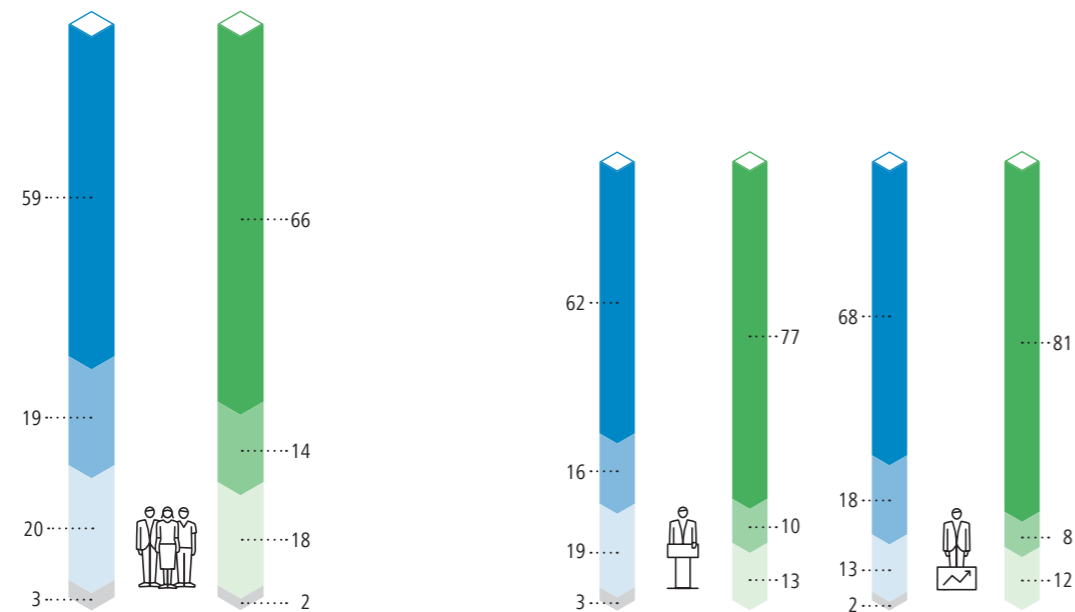


Abb. 6.35
Einschätzung des Preis-Leistungs-Verhältnisses (Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wie schätzen Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis chinesischer Produkte ein?

Fragstellung (CN):
Wie schätzen Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis deutscher Produkte ein?

- gut
- teils, teils
- schlecht
- weiß nicht/keine Angabe



Deskription der Befragungsergebnisse: Produktqualität

Die Qualität chinesischer Produkte hat sich im Verlauf der letzten zwei Dekaden kontinuierlich verbessert. Auslöser hierfür waren sowohl der wachsende inländische Wettbewerb als auch die hohen Anforderungen an westliche Qualitätsstandards für Exporte. In der Wahrnehmung der deutschen Befragten spiegelt sich dieser Wandel allerdings nur eingeschränkt wider.

In der Spontanassoziation verbindet ein Teil der Befragten in Deutschland mit China den Begriff „Billigprodukte“ (8 %, 2012: 7 %) (s. Kap. 4.1, Abb. 4.01a), wobei Wirtschaftsentscheider auch den Begriff „billiger Produktionsstandort“ nannten.

Rund die Hälfte (53 %, 2012: 49 %) der Bevölkerung und der Politiker (53 %, 2012: 25 %) in Deutschland nimmt die Qualität chinesischer Produkte als minderwertig wahr. Bei den Wirtschaftsentscheidern ist dieser Anteil deutlich geringer (40 %, 2012: 51 %); auch antworteten 43 % (2012: 40 %) mit „teils, teils“ bei der Frage nach guter oder schlechter Produktqualität. Mit einem Chinabesuch nimmt die positive Wahrnehmung zu. In der Befragung in China fiel die Wahrnehmung der Qualität deutscher Produkte positiver aus. Mehr als drei Viertel (82 %) der Bevölkerung, 93 % der Wirtschaftsentscheider und 84 % der Politiker in China geben an, dass sie deutsche Produkte für qualitativ hochwertig halten.

Die große Mehrheit (82 %) der Bevölkerung und 78 % der Wirtschaftsentscheider in Deutschland glauben, dass chinesische Unternehmen die Kapazitäten haben, um Hightechprodukte herzustellen. In der Befragung in China stimmten 85 % der Bevölkerung und 94 % der Wirtschaftsentscheider der Aussage zu, dass deutsche Unternehmen Hightechprodukte produzieren können.

Knapp zwei Drittel (61 %) der Bevölkerung und 69 % der Wirtschaftsentscheider in Deutschland gehen davon aus, dass chinesische Technologieprodukte international wettbewerbsfähig sind. Jüngere Wirtschaftsentscheider nehmen eher wahr, dass chinesische Technologieprodukte wettbewerbsfähig sind.

In der Befragung in China antworten mehr als drei Viertel (83 %) der Bevölkerung, dass deutsche Technologieprodukte international wettbewerbsfähig sind. Größere Zustimmung war bei den Politikern (85 %) sowie bei den Wirtschaftsentscheidern (93 %) festzustellen.

Über das Thema Produktqualität wird zwar nicht sehr oft in den deutschen Medien berichtet (6 % der Berichterstattung), aber überwiegend mit negativer Bewertung (63 %). Die Qualität chinesischer Produkte wird in den Medienmeldungen mehrheitlich (65 %) als minderwertig dargestellt, nur 21 % der Medienberichte bezeichnen die Qualität als hochwertig. Chinesische Medien berichten dagegen in größerem Umfang über das Thema Produktqualität in Deutschland (15 %). Die Berichterstattung ist dabei weitgehend positiv (80 %).

Einordnung und Hintergrund: Produktqualität

Chinas Aufstieg zum Exportweltmeister wäre ohne eine nachhaltige Verbesserung der Qualität der Produkte „Made in China“ nicht möglich gewesen. Bereits im Kapitel 6.3.2 wurde anhand der Veränderung der Exportgüterstruktur gezeigt, wie sich die Technologieintensität chinesischer Produkte verbessert hat. Diese Realität steht jedoch im Gegensatz zur Wahrnehmung der Befragten in Deutschland. Wie erklärt sich die Meinung von rund der Hälfte der Bevölkerung und Politiker in Deutschland, dass chinesische Produkte eine schlechte Qualität haben? Hier kann angenommen werden, dass insbesondere zwei Faktoren diese Wahrnehmung begründen: 1. Der vergleichsweise günstige Preis chinesischer Produkte wird mit minderwertiger Qualität gleichgesetzt. 2. Viele deutsche Konsumenten beziehen bei Produkten aus China auch die Rahmenbedingungen der Herstellung (Umweltverschmutzung und Arbeitsbedingungen) sowie die verschiedenen Produktskandale mit in die Bewertung ein.

Produktqualität ist ohne zusätzliche Kriterien (beispielsweise Haltbarkeit oder umweltfreundliche Herstellung) schwer zu messen. Oft wird unterstellt, dass der Stückpreis eines Produktes auch seine Qualität widerspiegelt. Tatsächlich jedoch ist das oft nicht der Fall, da der Stückpreis nicht der Marktpreis ist, sondern ein Näherungswert für den Importpreis. Hinzu kommen noch Importzölle, Steuern und Marketingkosten, die nicht Teil des Stückpreises sind, wenngleich sie Einfluss auf den Endpreis haben, aber nichts über die Produktqualität sagen. Auch könnten beispielsweise unterschiedlich hohe Produktionskosten und Wechselkursschwankungen dazu führen, dass die direkte Verbindung zwischen Preis und Qualität nicht hergestellt werden kann.

Da der Zusammenhang zwischen Importpreis und Qualität nur beschränkt besteht, ziehen Pula und Santabarbara (2011) in ihrer Studie zusätzlich noch Informationen über Marktanteile heran. Hierbei wird unterstellt, dass die Konsumenten durch ihren Kauf entscheiden, ob ein Produkt ihren Qualitätsvorstellungen entspricht. Erhöht sich die Konsumentennachfrage für ein bestimmtes Produkt, steigt damit der Marktanteil des Unternehmens bzw. Landes. Die Untersuchung bezieht sich auf Chinas Importe im EU-Markt im Vergleich zu anderen Lieferländern und nutzt die europäischen Einfuhrstatistiken (EUROSTAT/COMTEXT). Die Autoren kommen zu dem Ergebnis, dass Chinas Anteil am EU-Markt wesentlich größer ist, als dies der niedrige Stückpreis der Produkte erwarten lässt. Die Qualität chinesischer Produkte auf dem EU-Markt ist der Studie zufolge im Vergleich zu vielen Wettbewerbern hoch, selbst im Vergleich zu vielen führenden Industrieländern. Weiterhin zeigt die Studie, dass sich die Qualität chinesischer Produkte im Vergleich zu anderen Wettbewerbern seit 1995 verbessert hat. Diese Entwicklung führen die Autoren auf Chinas Einbindung in globale/regionale Produktionsnetzwerke zurück, welche die hohe und steigende Qualität chinesischer Produkte befördert hat. Bei einem Vergleich zur Preissetzung chinesischer Hersteller mit anderen Wettbewerbern kommt die Studie auch zu dem Ergebnis, dass die chinesischen Lieferanten (mit Ausnahme der Büromaschinenhersteller) vergleichsweise niedrigere Preise fordern, trotz der Qualitäts-

verbesserung ihrer Produkte. Dies Verhalten legt für die Autoren den Schluss nahe, dass nicht Gewinnerzielung im Vordergrund der Marktstrategie chinesischer Unternehmen in der EU steht, sondern die Gewinnung von Marktanteilen.

Deutschland kann als Beispiel dafür herangezogen werden, dass sich trotz der vielfach als minderwertig eingestuften Qualität chinesischer Produkte die Importe aus China zwischen 2001 und 2011 insgesamt rasant erhöht haben. Hohe Zuwächse gab es auch bei den anteilsmäßig wichtigen deutschen Importen aus China wie Elektronik und Elektrotechnik (739 % bzw. 866 %) (s. Abb. 6.37).

Abb. 6.37
Deutsche Importe aus China
2001 und 2011

Quelle:
UNSD (United Nations
Statistics Division) 2013
Die Statistik wurde mit
Hilfe der SITC (Standard
International Trade
Classification) Rev. 3 erstellt,
um die Daten von 2001
und 2011 vergleichbar zu
machen. Die Aufschlüsselung
der Gütergruppen erfolgt in
Anlehnung an die GTAI-
Statistiken.

SITC-Gruppe		Import 2001 (in Mio. USD)	Import 2011 (in Mio. USD)	Steigerung (in %)
0-9	Gesamt	17.687,6	111.070,5	528
0	Nahrungsmittel	403,2	1.619,2	302
2	Rohstoffe	318,4	1.187,6	273
33	Erdöl	5,8	77,6	1 238
51-59	Chemische Erzeugnisse	677,2	4.882,8	621
64	Papier und Pappe	58,5	362,7	520
65, 84	Textilien/Bekleidung	2.519,6	15.172,9	502
67	Eisen und Stahl	49,4	1.149,5	2 227
68	NE-Metalle	132,0	677,3	413
69	Metallwaren	826,9	4.176,7	405
71-74	Maschinen	834,9	6.016,0	621
75, 76, 776	Elektronik	4.466,3	37.474,6	739
77 (exkl. 776)	Elektrotechnik	1.906,6	18.415,2	866
78	Kfz und Kfz-Teile	175,0	1.604,5	817
87	Mess- und Regeltechnik	278,0	1.539,9	454
88	Optik	460,4	1.247,0	171

Die Entwicklung der deutschen Importe aus China stimmt mit dem Trend zu einer verbesserten Einschätzung der chinesischen Produktqualität durch deutsche Wirtschaftsentscheider überein. Auch eine andere Umfrage unter deutschen Führungskräften im Jahr 2012 zeigt, dass Fortschritte bei der Qualität chinesischer Produkte gesehen werden. Auf die Frage „Werden chinesische Unternehmen in der Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen zunehmend zu deutschen Unternehmen aufschließen?“ antworten 72 % der befragten Führungskräfte mit „Ja“ und 28 % mit „Nein“ (Statista 2012).

Während also einerseits die bemerkenswerten Importerfolge darauf hinweisen, dass sich die Qualität chinesischer Produkte im Allgemeinen und von Hightechprodukten im Besonderen verbessert hat, gibt es andererseits auch weiterhin Probleme in diesem Bereich. Berichte über gesundheitsgefährdende Produkte der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) zeigen dies. In den Berichten der BAuA werden wöchentlich alle Produkte mit An-

gaben der jeweiligen Ursprungsländer aufgelistet, die problembehaftet sind. Chinesische Produkte finden sich regelmäßig auf der Liste der BAuA. Hierbei geht es beispielsweise um gesundheitsgefährdende Zusatzstoffe bei Schuhen und Textilien (u. a. Chrom VI), kleineren Maschinen wie Stromerzeugungsaggregaten (unzureichender Schutz vor Stromschlägen) und Benzingeratoren (entsprechen nicht den EU-Normen), Beleuchtungsmitteln (unzureichende Verdrahtung) oder Kinderspielzeug (bei Seifenblasen z. B. Flüssigkeit mit Infektionsrisiko, bei anderem Spielzeug beispielsweise Verletzungsrisiko) (BAuA 2013). Diese Berichte fließen in Recherchen von deutschen Journalisten ein, die über China berichten. Ein Beispiel ist ein Bericht aus der Berliner Zeitung vom 22.10.2010 mit dem Titel „Importeure in der Verantwortung“, in dem beispielsweise auf gesundheitsgefährdendes Spielzeug aus China hingewiesen, aber gleichzeitig die Mitverantwortung deutscher Importeure gefordert wird. Sie werfen den Importeuren vor allem vor, die Qualität der Hersteller in China nicht ausreichend zu kontrollieren. Um die Produktionskosten niedrig zu halten, würde an dieser Stelle gespart werden (Bartsch 2010).

Über die deutschen Medien kamen auch Berichte in den letzten Jahren zum Thema Produktskandale in China, die die Einschätzung der Konsumenten und das Vertrauen in „Made in China“-Produkte mit beeinflussten. Als größter Spielzeughersteller weltweit steht China als Beschaffungsmarkt für nahezu alle ausländischen Unternehmen im Zentrum ihrer ausländischen Sourcing-Aktivitäten. Der weltweite Rückruf von 1,5 Mio. Spielzeugartikeln, die der us-Konzern Mattel in China fertigen ließ, rüttelte im Jahr 2007 Konsumenten weltweit auf. Hoher Bleigehalt in der Farbe am Kinderspielzeug sowie schlecht befestigte Batterien waren der Auslöser für die Beeinträchtigung der Gesundheit vieler Kinder in China und im Ausland gewesen. Mattel reagierte mit dem Rückruf seiner in China hergestellten Produkte und der Prüfung der chinesischen Zuliefererunternehmen ihrer Wertschöpfungskette (Schüller 2007).

Da China zunehmend als Exporteur für Agrarprodukte an Bedeutung gewinnt, ist das Misstrauen deutscher Konsumenten aufgrund der vielen Lebensmittelskandale der letzten Jahre in China gewachsen. Beispiele waren durch Melamin verseuchtes Milchpulver für Säuglinge, mit Industriefarben gefärbte Mondkuchen sowie Weichmacher in den traditionellen chinesischen Weizen- bzw. Sorghumschnäpsen. Die chinesische Regierung hat zwar im Jahr 2009 ein Lebensmittelsicherheitsgesetz erlassen, doch ist die Zahl der zuständigen Beamten zu klein, um die gewünschte Kontrolle zu erreichen. Wichtig sind die neuen staatlich festgesetzten Produktionsstandards. Schätzungen zufolge entsprechen ca. 23 % der chinesischen Produktionsstandards in den Jahren 2011/12 internationalen Sicherheitsstandards (Abele 2013). Neben der stärkeren staatlichen Kontrolle chinesischer Behörden gibt es inzwischen auch spezialisierte Agenturen wie den deutschen TÜV/SÜD, der zuletzt Ende 2013 in der südchinesischen Stadt Xiamen Testcenter eröffnet hat. Ziel ist die Verbesserung der Produktqualität der chinesischen Textil- und Schuhhersteller.

Zusammenfassend kann mit Blick auf die Produktqualität festgestellt werden, dass es eine große Variationsbreite von Hightechqualität sehr erfolgreicher chinesischer Unternehmen einerseits und bestehenden Problemen mit der Produktqualität in sonstigen Konsumgüterbereichen andererseits gibt. Die Wahrnehmung der Befragten in Deutschland stimmt dementsprechend nur teilweise mit der Realität überein und müsste stärker nach Produktsegmenten diversifiziert werden. Generell lässt sich ein Trend hin zu einer verbesserten Qualität chinesischer Produkte feststellen, der sich auch in der Steigerung der Importe aus China widerspiegelt.

6.5

6.5.1

Markenimage und -bekanntheit

Wahrnehmung

Wie schätzen Deutsche das Markenimage chinesischer Unternehmen ein? Welche deutschen Marken sind in China populär und gelten als innovativ?

Abb. 6.38a
Bekanntheit von Marken und Unternehmen (Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE): Welche der folgenden chinesischen Marken kennen Sie?

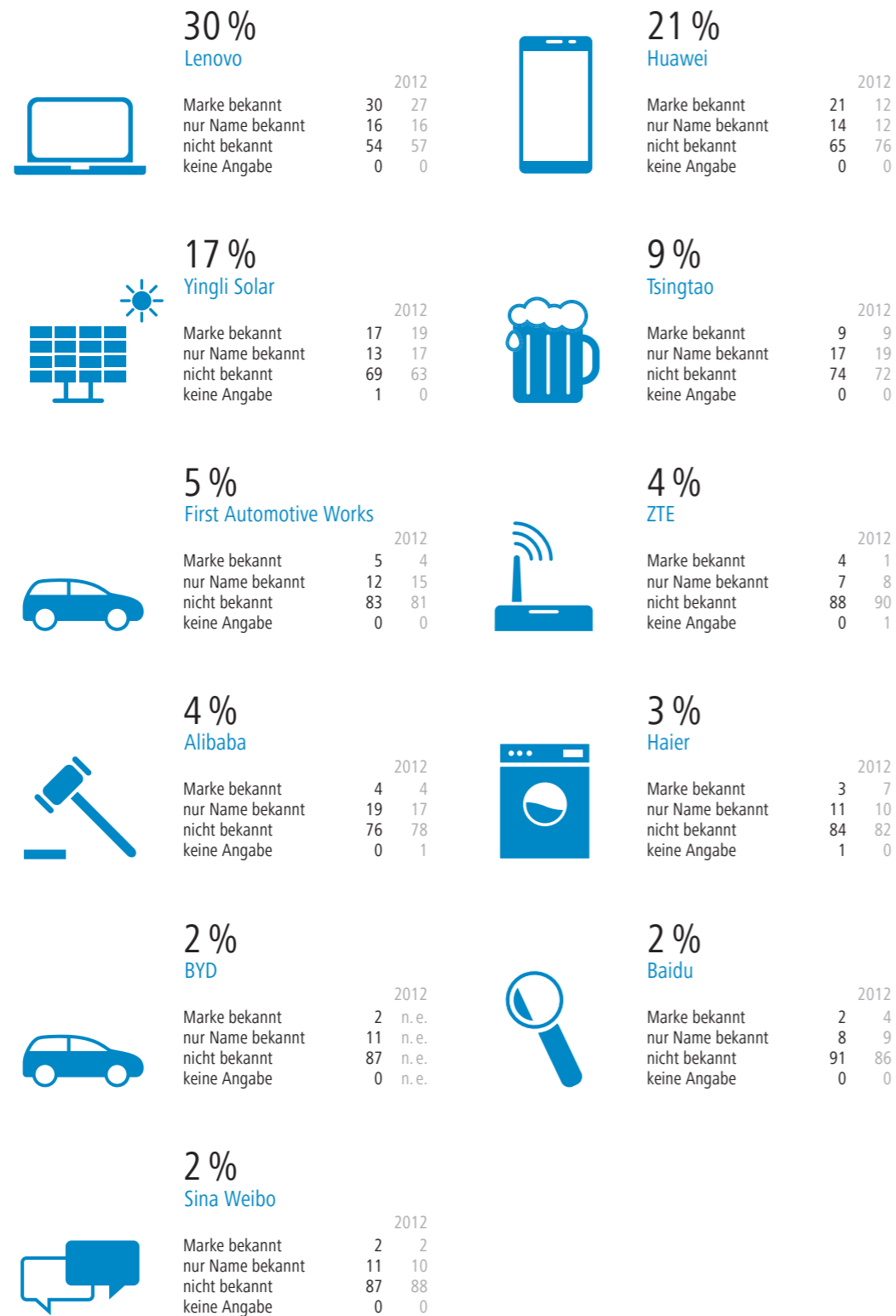


Abb. 6.38b
Bekanntheit von Marken und Unternehmen (Angaben in Prozent)

Fragestellung (CN): Welche der folgenden deutschen Marken kennen Sie?

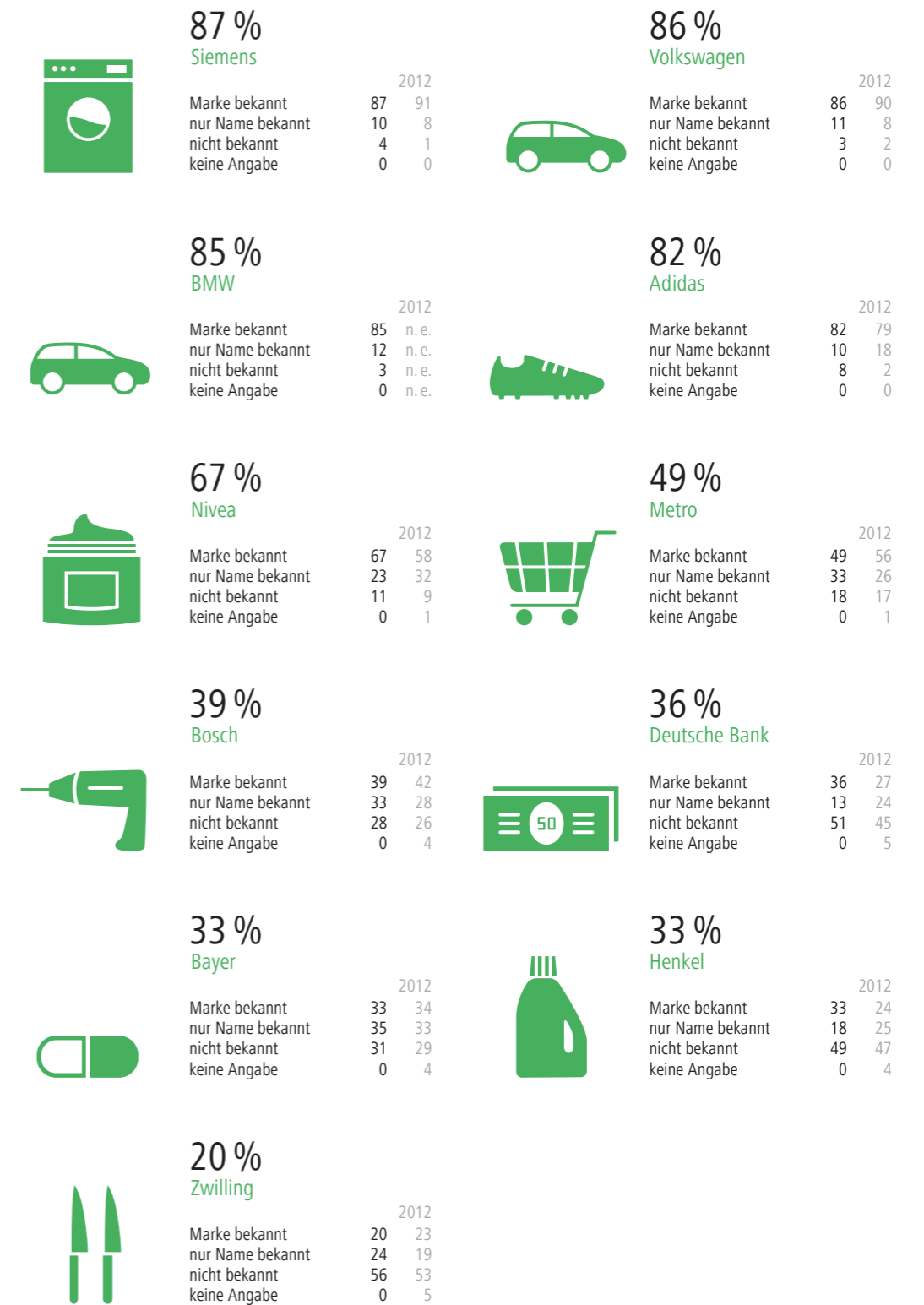


Abb. 6.39a
Innovationskraft von Marken
und Unternehmen
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie innovativ schätzen Sie
die folgenden chinesischen
Marken ein?

5-stufige Skala:
1 = sehr innovativ
2 = eher innovativ
3 = weder noch
4 = eher nicht innovativ
5 = überhaupt nicht innovativ

Dargestellt sind hier die
Top-2-Werte (sehr/eher
innovativ). Der Durchschnitt
gibt die Einschätzung zur
Innovationskraft für beide
Entscheidergruppen an.

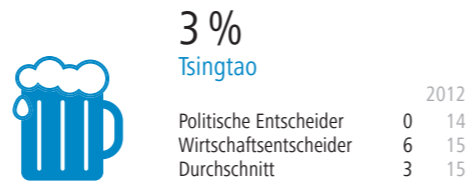
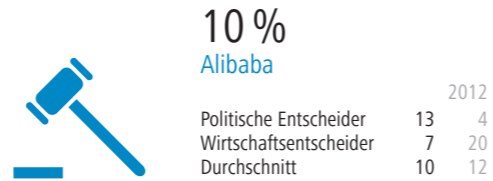
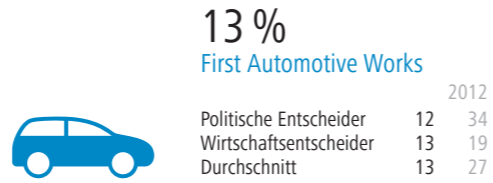
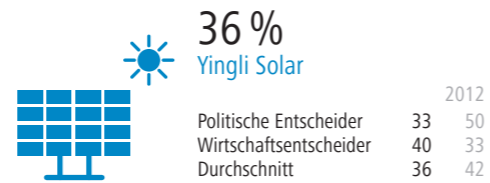
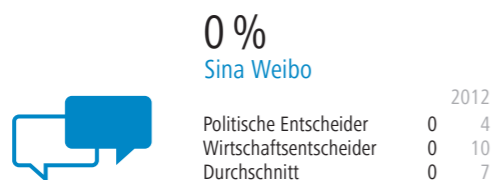
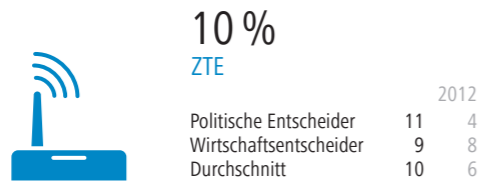
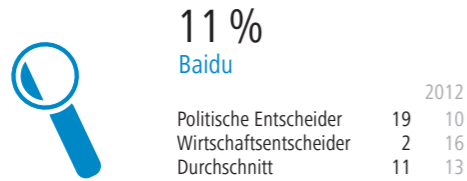
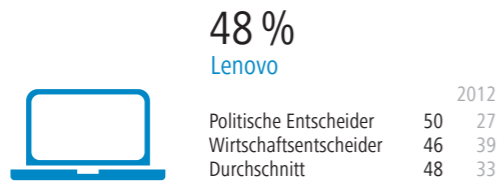
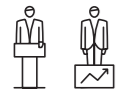


Abb. 6.39b
Innovationskraft von Marken
und Unternehmen
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (CN):
Wie innovativ schätzen Sie die
folgenden deutschen
Marken ein?

5-stufige Skala:
1 = sehr innovativ
2 = eher innovativ
3 = weder noch
4 = eher nicht innovativ
5 = überhaupt nicht innovativ

Dargestellt sind hier die
Top-2-Werte (sehr/eher
innovativ). Der Durchschnitt
gibt die Einschätzung zur
Innovationskraft für beide
Entscheidergruppen an.

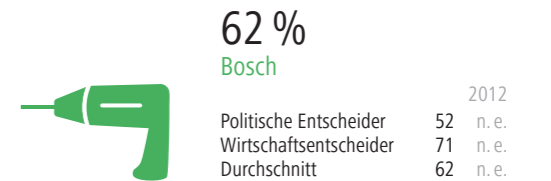
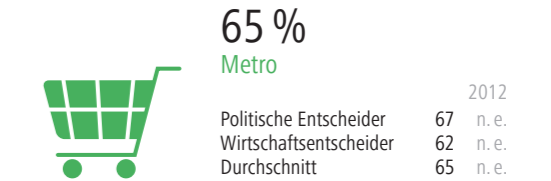
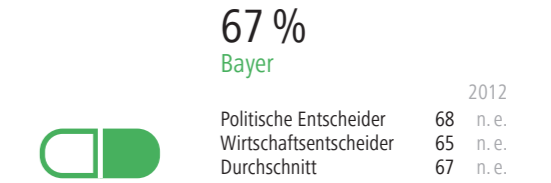
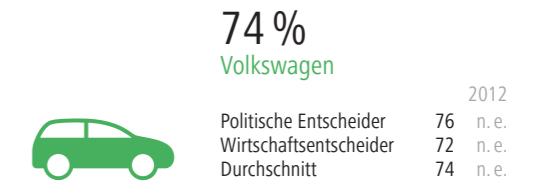
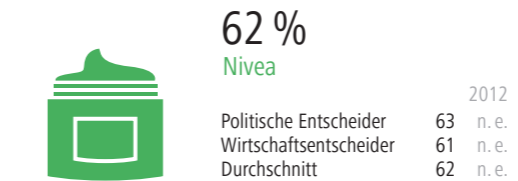
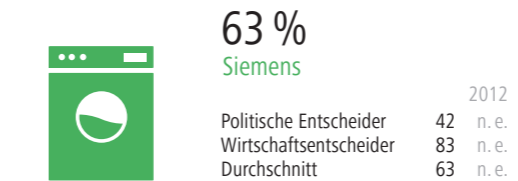
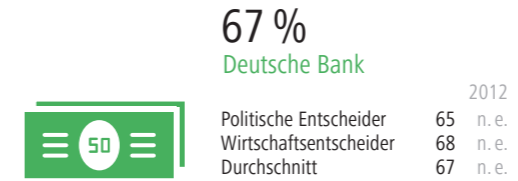
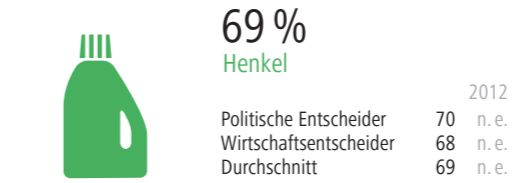
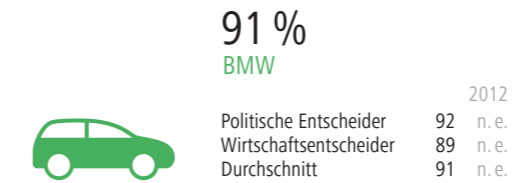
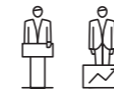
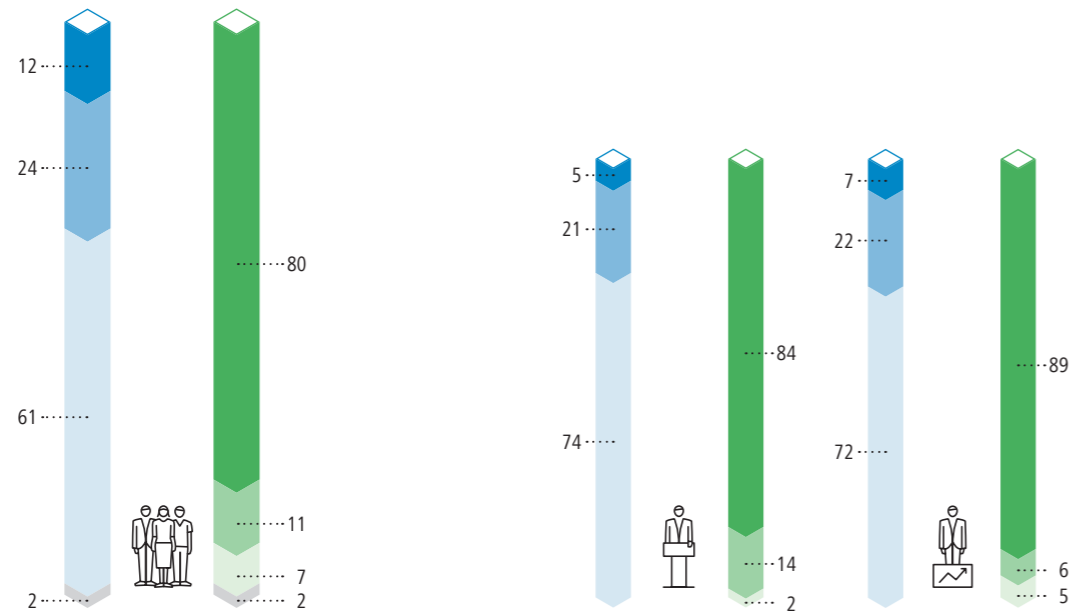


Abb. 6.40
Internationales
Markenimage
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie schätzen Sie das
internationale Ansehen
chinesischer Marken ein?

Fragestellung (CN):
Wie schätzen Sie das
internationale Ansehen
deutscher Marken ein?

hoch
teils, teils
niedrig
weiß nicht/keine Angabe



6.5.2

Chinesische Marken – hohe Marktpräsenz, aber Imageprobleme

Deskription der
Befragungsergebnisse:
Markenimage und
-bekanntheit

1 Das Computerunternehmen Lenovo, das in der Befragung in Deutschland von 30 % wiedererkannt wurde, zählt zu den erfolgreichsten Unternehmen seiner Branche. Lenovo ist inzwischen bei den PC-Verkaufszahlen Marktführer und hat damit die bisherigen Big Player wie die US-Unternehmen Dell und Hewlett-Packard (HP) überholt. Im Zeitraum April bis Juni 2013 entfiel auf Lenovo ein Marktanteil von 16,7 %, das waren 0,3 % mehr als der Anteil des bisherigen Marktführers HP. Hohe Qualität und intensive Werbekampagnen haben das Image der Marke verbessert. Der Erfolg Lenovos wird vor allem auf die Kombination von gutem Service mit günstigen Preisen für Unternehmenskunden zurückgeführt (Geißler 2013).

2 Siehe nächste Seite

Die internationale Wettbewerbsfähigkeit chinesischer Unternehmen ist seit den 1990er Jahren schnell gestiegen. Chinesische Exportprodukte sind allgegenwärtig, doch haben bisher nur wenige Marken eine hohe Reputation und wenige chinesische Unternehmen einen größeren Bekanntheitsgrad im Ausland.

Die Befragung in Deutschland spiegelt die geringe internationale Reputation chinesischer Marken wider. So bewerten nur 12 % der Bevölkerung chinesische Marken als international angesehen. Während jüngere Befragte chinesische Marken besser bewerten, nimmt die positive Wahrnehmung mit höherer Schulbildung und höherem Einkommen ab. Unter den Wirtschaftsentscheidern und Politikern gehen sogar nur 7 % bzw. 5 % von einem hohem Ansehen chinesischer Marken aus. Grundsätzlich sind die Ansichten innerhalb der Wirtschaftsentscheider differenzierter und abhängig von der Position im Unternehmen. So bewerten Wirtschaftsentscheider in Führungspositionen das Ansehen chinesischer Marken mit „teils, teils“ (29 %) höher als Wirtschaftsentscheider in untergeordneten Führungspositionen (15 %).

Die Befragung in China bietet ein völlig anderes Bild der Wahrnehmung deutscher Marken in China. So nehmen 80 % der Bevölkerung sowie 84 % der Politiker und 89 % der Wirtschaftsentscheider deutsche Marken als international hoch angesehen wahr. Die Zustimmung steigt mit einem Deutschlandbesuch.

In der Befragung der Bevölkerung zur Bekanntheit chinesischer Unternehmen bzw. Marken in Deutschland zeigt sich, dass nur Unternehmen der IT-Industrie (Lenovo¹ [30 %] und Huawei [21 %]) sowie der Solarindustrie (Yingli 17 %) besser bekannt sind. Im Vergleich zum Vorjahr ist bei Huawei eine deutliche Steigerung des Bekanntheitsgrades feststellbar (2012: 12 %), während dieser Wert bei Lenovo nur wenig gestiegen (2012: 27 %) und bei Yingli² sogar zurückgefallen ist (2012: 19 %). Die Befragung in der Bevölkerungsgruppe in China zeigt auch bei der Bekanntheit deutscher Unternehmen ein völlig anderes Bild. So sind die meisten der aufgeführten deutschen Unternehmen von den Befragten wiedererkannt worden. Der Bekanntheitsgrad der Firma Siemens ist am höchsten (87 %), gefolgt von deutschen Automobilunternehmen (VW [86 %] und BMW [85 %]) und dem Sportartikelhersteller Adidas (82 %). Die Stärke der Wahrnehmung steigt bei den meisten Marken bzw. Unternehmen mit höherem Haushaltseinkommen und höherem Alter. In der Befragung 2012 gab es hohe und zum Teil sogar höhere Wiedererkennungswerte als 2013 (Siemens 91 %; Volkswagen 90 %; Adidas 79 %).

Einordnung und Hintergrund:
Markenimage und
-bekanntheit

Wie lassen sich das relativ geringe Ansehen chinesischer Marken und der niedrige Bekanntheitsgrad chinesischer Unternehmen bei gleichzeitig starker Präsenz chinesischer Produkte in Deutschland erklären? Hier können vor allem drei Faktoren genannt werden, nämlich das wenig entwickelte internationale Marketing chinesischer Unternehmen, die spezielle Form der internationalen Arbeitsteilung zwischen chinesischen und ausländischen Unternehmen im Exportsektor und das relativ schlechte Länderimage.

zu 2 Yingli Solar zählt nach Lenovo und Huawei zu den Unternehmen, die in der Befragung in Deutschland deutlich bekannter (17 %) als andere waren. Im internationalen Vergleich ist Yingli Solar auf Platz 1 der größten Solarmodulhersteller weltweit. Auf den Plätzen 3, 5 und 7 befinden sich andere chinesische Unternehmen wie Trina Solar, Suntech und Jinko Solar. (Handelsblatt 17.09.2013). Dem Konzern Yingli Green Energy wird ein Marktanteil von 6,7 % an den Photovoltaikmodulen im Jahr 2012 zugeschrieben. Der gebündelte Marktanteil der wichtigsten acht chinesischen Unternehmen in diesem Segment lag im Jahr 2012 bei 28,4 % (Statista 2013).

Lange Zeit war China ein Verkäufermarkt, geprägt durch Knappheit an Produkten und Dienstleistungen, der von den Unternehmen nicht verlangte, Marketingstrategien einzusetzen. Chinesische Unternehmen haben im Inland deshalb erst sehr spät Marketinginstrumente wie Markenmanagement genutzt, um ihre Produkte an die Kunden zu bringen. Die Situation veränderte sich jedoch in den 1990er Jahren mit steigendem Einkommen der Bevölkerung und dem wachsenden Wettbewerb auf dem Inlandsmarkt durch inländische sowie international bekannte ausländische Unternehmen und Marken. Wollten chinesische Anbieter im Wettbewerb bestehen, mussten sie ebenfalls in das Markenimage ihrer Produkte investieren. Dabei ging es nicht nur darum, durch hohe Qualität am Markt anerkannt zu werden. Vielmehr mussten die Unternehmen ein Verständnis für die von der modernen Marketingforschung festgestellten zentralen Funktionen der Identifikation und Differenzierung bestimmter Zielgruppen mit Marken entwickeln.

Eine weitere Erklärung für die geringe Markenpräsenz im Ausland liegt in der Art der internationalen Arbeitsteilung. Durch die Einbindung chinesischer Unternehmen in die Wertschöpfungsketten ausländischer Hersteller reduzierte sich oftmals die Rolle der chinesischen Unternehmen auf die vertragliche Zulieferung von Teilen bzw. Produkten, die unter dem Markennamen des ausländischen Unternehmens verkauft wurden. Chinesische Unternehmen wurden als OEM (Original Equipment Manufacturer) deshalb nicht unter ihrem eigenen Markennamen (OBM oder Original Brand Manufacturer) im Ausland bekannt.

Allerdings ist die Entscheidung als OEM in einen ausländischen Markt zu gehen, durchaus auch mit Vorteilen verbunden. So sind die Absatzchancen für eine unbekannt Marke, die noch durch ein möglicherweise schlechtes Image des Ursprungslandes belastet ist, nicht sehr hoch. Umfangreiches und teures Marketing wäre erforderlich, nicht nur für die Verbesserung des Markenimages, sondern auch für den Aufbau von Absatzkanälen. Als OEM würde das Unternehmen auf internationalen Märkten erste Erfahrungen für eine spätere Entscheidung zum Wechsel zu einem OBM sammeln können. Um chinesische Unternehmen bei ihrer Entscheidung zu unterstützen, unter ihrem eigenen Markennamen im Ausland den Markt zu erschließen, wurde im Jahr 2002 die China Brand Strategy Promotion Commission gegründet. Ziel war, eigene Marken auch zu fördern, um chinesischen Unternehmen höhere Anteile am globalen Umsatz und der Wertschöpfung zu ermöglichen (Wilson 2013).

Dass chinesische Marken in der Wahrnehmung der meisten Befragten in Deutschland ein schlechtes Image haben, kann durch verschiedene Faktoren begründet werden. So assoziieren viele Konsumenten in Deutschland chinesische Produkte mit einfachen, technisch wenig anspruchsvollen Billigprodukten, obwohl sich heute die Produktpalette enorm diversifiziert darstellt. Auch kann das relativ schlechte Markenimage chinesischer Produkte durch das Länderimage beeinflusst werden, da viele Konsumenten bei der Bewertung von Marken auch das Image des Ursprungslandes der Produkte mit in ihre Wahrnehmung einbeziehen (Kreppel/Holtbrügge 2012: 79–80). Dass das Länderimage Chinas in Deutschland relativ schlecht ist, zeigt eine ländervergleichende Studie (Pew Global Attitudes Project). Lediglich 29 % der befragten Personen gaben in der Befragung des Jahres 2012 an, ein positives Bild von China zu haben. Die Befragung zeigt, dass in keinem der europäischen Nachbarländer (Ausnahme Türkei mit 22 %) oder in den USA (40 %) ein vergleichbar schlechtes Chinabild existiert (Xie/Page 2013).

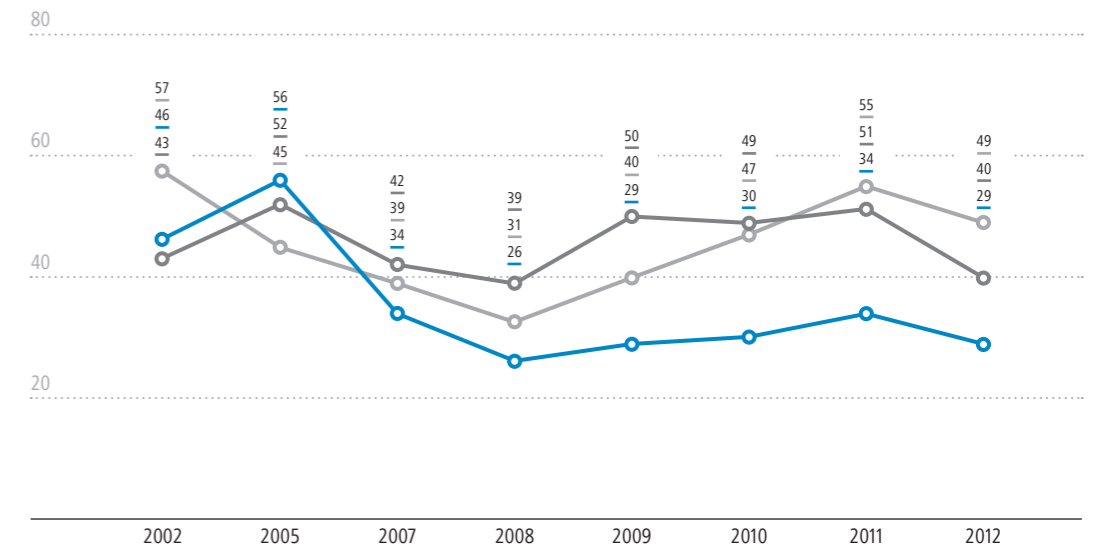
Wissenschaftliche Untersuchungen ergaben, dass das Länderimage Chinas negativ in die Bewertung der Attraktivität von Produkten im Vergleich zu unterschiedlichen Ursprungs-

ländern einfließt. Beispielsweise demonstrieren Fetscherin und Toncar (2009) in ihrer Analyse, dass Fahrzeuge aus den Ursprungsländern China und Indien bei Konsumenten im Ausland kaum akzeptiert werden. Für die Marktposition der Fahrzeuge aus beiden Ländern bedeutete das Ursprungsland eine Verschlechterung ihrer Wettbewerbsposition. Andere Studien kommen zu ähnlichen Ergebnissen. Demirbag et al. (2010) zeigen in ihrer Studie zur Konsumentenakzeptanz chinesischer Produkte im Vergleich zu Produkten aus anderen Ländern (Malaysia, USA, Japan, Thailand und Großbritannien), dass Produkte aus China ein schlechteres Image haben. Die Untersuchung von Sharma (2011) kommt zu dem Ergebnis, dass Konsumenten in den USA und Großbritannien Produkte aus diesen beiden Ländern gegenüber Produkten aus aufsteigenden Wirtschaftsmächten wie China und Indien vorziehen. Nach einer Studie von Laforet und Chen (2010) haben Konsumenten in Großbritannien eine stärkere Präferenz für Marken aus dem Westen sowie aus Japan und Südkorea als aus China.

Abb. 6.41
Länderimage Chinas in drei ausgewählten Ländern 2002–2012

Quelle:
Xie/Page 2013: 8

Spanien
Deutschland
USA



3 Als einer der erfolgreichsten Telekommunikationsausrüster hat das chinesische Unternehmen Huawei in Europa in den letzten zehn Jahren seine Präsenz in Europa schnell ausgeweitet. Aktuell hat das Unternehmen über 7 500 Mitarbeiter in Europa. Neben Telekommunikationsausrüstungen dringt Huawei auch verstärkt auf den Markt für Mobilfunkgeräte. Im 3. Quartal 2013 stieg Huawei weltweit zum drittgrößten Smartphone-Hersteller mit 12,7 Mio. Smartphones und einem Marktanteil von 5,1 % auf. Marktführer sind Samsung (Marktanteil von 35,2 %) und Apple (13,4 %) (Mobile Studien 2013)

Zur wahrgenommenen Attraktivität chinesischer Produkte bei deutschen Konsumenten berücksichtigen Kreppel und Holtbrügge (2012) in ihrer Untersuchung verschiedene Zielgruppen und Produkte. Unterschieden wird nach Alter, Bildungsniveau, Beruf und internationaler Erfahrung. Die mit 301 Konsumenten in zwei großen Einkaufszentren in München und Nürnberg durchgeführten Interviews zeigen, dass jüngere Konsumenten mit einem geringen Bildungsniveau chinesischen Produkten gegenüber stärker aufgeschlossen sind als ältere Menschen mit einem hohen Bildungsniveau. Ein anderes Ergebnis der Untersuchung ist, dass Konsumenten mit viel internationaler Erfahrung ebenfalls chinesischen Produkten gegenüber stärker aufgeschlossen sind. Bezogen auf bestimmte chinesische Produkte machte die Untersuchung deutlich, dass die Konsumenten Fahrzeuge aus China als weniger attraktiv bewerteten im Vergleich zu IT-Produkten bzw. Elektronikprodukten und anderen Konsumgütern.

Neben dem Markenimage einzelner Produkte spielt der Bekanntheitsgrad eines Unternehmens für eine erfolgreiche Internationalisierung eine wichtige Rolle. Wie die Befragung nach der Bekanntheit chinesischer Marken bzw. Unternehmen in Deutschland ergab, kannte nur ein geringer Teil der Befragten die aufgelisteten chinesischen Unternehmen. Allerdings verbesserte sich in einigen Fällen der Bekanntheitsgrad im Vergleich zur Befragung 2012, insbesondere beim IKT-Unternehmen Huawei.

Ähnlich wie für das Markenmanagement müssen Unternehmen aktiv den Bekanntheitsgrad über verschiedene Marketinginstrumente erhöhen. Im Wettbewerb mit anderen Unternehmen sind chinesische Unternehmen im Ausland gezwungen, über PR (Public Relations) und Pressearbeit ihren Bekanntheitsgrad zu verbessern.

Dass Unternehmen neben einer lokal angepassten Zusammenarbeit mit Medien vor allem bei ihren Kunden für Vertrauen in ihre Produkte und Aussagen werben müssen, zeigte eine Ende 2013 erschienene Untersuchung eines Beratungsunternehmens. In ihrer Internetumfrage von 5 400 „informierten Internetnutzern“ in neun Industrie- und Schwellenländern wurde deutlich, dass vor allem chinesische Unternehmen in Deutschland ein Reputationsproblem haben. Nur 19 % der Befragten in Deutschland bewerteten die Unternehmen aus China positiv hinsichtlich des Verbrauchervertrauens; in Frankreich lag der Anteil bei 22 % und in den USA bei 26 %. Die Studie kommt zu dem Schluss, dass dieses negative Ergebnis einerseits auf den geringen Bekanntheitsgrad chinesischer Marken zurückgeführt werden kann. Andererseits reagierten die Verbraucher auch sensibel bei Unternehmen, denen eine starke Nähe zu den jeweiligen Regierungen ihres Ursprungslandes unterstellt wurde (German.China.org.cn 2013).

Dass chinesische Unternehmen im Staatseigentum bei ihrer Internationalisierung oftmals kritisch als Investor betrachtet werden, zeigt auch eine Studie von Lin Cui und Fuming Jiang aus dem Jahr 2012. So untersuchen die Autoren, welche Investitionsform diese Gruppe der Unternehmen im Ausland bevorzugt, um dort möglichst positiv als chinesisches Unternehmen akzeptiert zu werden. Sie zeigen, dass Staatsunternehmen eine Präferenz für Gemeinschaftsunternehmen haben, sich also an ausländischen Unternehmen beteiligen. In Deutschland gibt es dazu eine Reihe Beispiele wie die Beteiligung von Hebei Lingyun an der Kiekert AG (55 %), von FUDI an Texroll (75 %) oder von der Xuzhou Construction Group an Fluitronics (70 %). In der Beteiligung der Shandong Heavy Industry Group (gehört zum staatlich kontrollierten Konzern Weichai Power) sieht der deutsche Partner, der Gabelstaplerhersteller Kion, viele Vorteile auch für das chinesische Unternehmen. In der langfristigen Orientierung des chinesischen Unternehmens als Ankerinvestor verbessert sich das Image der Xuzhou Construction Group in Deutschland (Böning 2013: 36–37).

Zusammenfassend zeigt sich auch mit Blick auf das Markenimage und die Bekanntheit chinesischer Unternehmen ein großes Spektrum von Entwicklungen. Einerseits sind in Deutschland noch relativ wenige chinesische Unternehmen unter ihrem Namen oder ihrer Marke bekannt. Andererseits gibt es inzwischen eine Reihe chinesischer Aufsteigerunternehmen, die aus der Kombination von hoher Produktqualität, gutem Service und attraktivem Preis-Leistungs-Verhältnis weltweit und in Deutschland ihren Weg zum Erfolg beschritten haben.

Gastbeitrag: Dr. Theo Sommer

Raketensatz in der obersten Leitung: Anmerkungen zum friedlichen Aufstieg Chinas

Zum ersten Mal bin ich 1975 nach China gekommen – im Priesstross von Helmut Schmidt, der als erster Bundeskanzler China einen Staatsbesuch abstattete.

Damals lebte Mao Zedong noch. Die Kulturrevolution, die das Reich der Mitte fast ein Jahrzehnt lang erschüttert hatte, war am Verebben, doch die Viererbande um Maos Frau Jiang Qing hatte immer noch großen Einfluss. Jegliche Entspannungspolitik bezeichnete sie als „Vogel-Strauß-Politik“. Mao selbst behauptete steif und fest, die Sowjets würden China eines Tages mit einem Atomkrieg überziehen. Der Vizepremier Deng Xiaoping, nach der Kulturrevolution eben aus dem „Schweinekoben“ befreit, spitzte diese Analyse mit Blick auf Deutschland noch zu: „Es muss eines Tages in Europa zum Krieg kommen.“ Es galt die Devise: „Tiefe Tunnel graben, überall Getreidevorräte anlegen, niemals nach Hegemonie trachten.“

Peking war zu jener Zeit noch eine eher ländliche Siebenmillionenstadt. Das typische Bild: Fahrräder wie Heuschreckenschwärme, kaum Autoverkehr, Berge von Chinakohl auf den Gehwegen, die Menschen alle in der blauen oder grauen Einheits-Mao-Kluft, die Offiziere ohne Rangabzeichen, riesige Propagandaplakate allenthalben. In den Volkskommunen galt noch der Satz: „Lieber sozialistisches Unkraut als kapitalistisches Korn.“

Seitdem habe ich China mit ziemlicher Regelmäßigkeit immer wieder bereist. Allein in den vier Jahren nach meinem ersten Besuch war ich jährlich einmal in China. Mit mehreren Chefredakteurskollegen durfte ich nach langen Jahren der Absperrung als einer der ersten Langnasen wieder in die berühmten Buddha-Höhlen von Dunhuang. Ein andermal besichtigte ich die erst 1974 entdeckten Tonsoldaten des Kaisers Qin Shihuangdi in Xi'an, besuchte das chinesische Atomforschungszentrum in Lanzhou, inspizierte die 196. Infanteriedivision bei Tianjin. Und zweimal hatte ich das Glück, an mehrstündigen Gesprächen mit Deng Xiaoping teilzunehmen, der nach einer neuerlichen Verbannung 1977 das Ruder übernahm und Ende 1978 die Öffnung zur Welt und die Transformation der kommunistischen Kommandowirtschaft in eine kapitalistische Marktwirtschaft in Gang setzte.

Damals habe ich mich erkühnt, ein Buch über das erwachende China zu schreiben, „Die chinesische Karte“, erschienen Anfang 1979. Mit meinem Urteil über die Zukunft Chinas lag ich voll daneben. Ich sah wohl, dass die Entwicklung des Landes eine neue Richtung nahm, aber meine Skepsis überwog. „Ob die Öffnung zur Welt, das Abenteuer der Modernisierung, der zaghafte Ansatz zur Liberalisierung von Dauer sein werden“, schrieb ich, „oder ob sich, was wie eine historische Wende wirkt, bald wieder als bloße taktische Wendung entpuppt – ich wage es nicht zu sagen.“ Zwar schrieb ich auch über die Zukunftsvorstellungen eines chinesischen Journalisten, der von Hochhäusern, Fernsehtürmen, Supermärkten und bunten Kleidern träumte. Ich wünschte dem gewaltigen Modernisierungsprogramm Dings Glück und Gelingen, aber was die Verwirklichung anging, so blieb ich skeptisch.

Meine Zweifel galten in erster Linie den Möglichkeiten der wirtschaftlichen Entwicklung. Die Exportfähigkeit des Landes, schrieb ich, sei begrenzt. Es habe kaum genug Techniker und Facharbeiter, um die ausländische Technologie im gewünschten Umfang zu absorbieren; so werde es wohl ein Exporteur von Seide, Borsten und Nippes bleiben. Auf jeden Fall, resümierte ich, sei es noch ein weiter Weg bis zur Verwirklichung der Schreckensvorstellung des Economist, dass das Milliardenvolk der Chinesen ein jährliches Bruttosozialprodukt in Höhe des japanischen erwirtschaftete und davon 4 % exportiere. Ich bekenne: In dieser Hinsicht habe ich mich gründlich getäuscht.

China hat in zwei Jahrzehnten nachgeholt, wozu der Westen zwei Jahrhunderte brauchte. In der Lebensspanne einer einzigen Generation hat sich das chinesische Bruttoinlandsprodukt ungefähr verzweihundertfacht: von 45 Mrd. USD 1978 auf 8.400 Mrd. USD im Jahr 2012. Das Pro-Kopf-Einkommen hat sich im gleichen Zeitraum verachtzigfacht: von 76 auf 6.076 USD. Das Außenhandelsvolumen, das sich 1980 auf ganze 44 Mrd. USD belief und noch 1999 erst 360 Mrd. USD ausmachte, stieg inzwischen auf 3.900 Mrd. USD. Der Exportanteil ist auf 2.048 Mrd. USD geklettert, an die 40 % der Wirtschaftsleistung. China hat mit seinem Inlandsprodukt Deutschland überflügelt, hat Japan überholt und ist den USA dicht auf den Fersen. Es sitzt auf einem Devisenschatz von 3.700 Mrd. USD. Die Wirtschaft ist jahrzehntelang im Jahresdurchschnitt um 9–11 % gewachsen und wächst selbst in der Weltwirtschaftskrise mit zwar verringerter, doch immer noch beeindruckender Geschwindigkeit weiter. Bald wird China seinem Sozialprodukt nach – allerdings noch lange nicht nach dem Pro-Kopf-Einkommen – wieder das sein, was es bis zum Ende der 1830er Jahre gewesen ist: die größte Volkswirtschaft der Welt.

Der Aufbruch hat China verändert. Rund 600 Mio. der 1,4 Mrd. Chinesen haben sich über die Armutslinie nach oben in den Mittelstand gearbeitet. Das Reich der Mitte zählt heute 600 Mio. Internetnutzer und 1,2 Mrd. Handy-Besitzer (1991: 48 000 Telefoninhaber). Aus einem der rückständigsten, auf den eigenen Nabel konzentrierten Länder ist die Werkstatt der Welt und der dynamischste Wirtschaftsraum der Erde geworden. Seine Städte, in denen die Hälfte der Bevölkerung lebt, seine Häfen und Flughäfen, seine Fernstraßen und Eisenbahnen sind zielstrebig modernisiert worden. China ist nicht mehr entfernt zu vergleichen mit dem ärmlichen, rückständigen, grau in grau vor sich hindämmern Land, das ich 1975 kennengelernt hatte. Einen vergleichbaren ökonomischen Aufbruch und gesellschaftlichen Umbruch in solch kurzer Zeit hat es in der ganzen Weltgeschichte noch nicht gegeben.

China ist heute eine wirtschaftliche Supermacht. Doch ist es zugleich immer noch ein Entwicklungsland. Unweigerlich werden sich die Schattenseiten des gegenwärtigen Zustandes hemmend auswirken: die Probleme der überschuldeten Banken und Staatsunternehmen; die Kluft zwischen Stadt und Land, aufs peinlichste sichtbar an der Not von 200 Mio. Wander-

arbeitern; die wachsende Ungleichheit zwischen Oben und Unten, Arm und Reich; die Überalterung der Ein-Kind-Gesellschaft; die Löchrigkeit des sozialen Netzes; die grassierende Korruption; nicht zuletzt die fortdauernde Rechtsunsicherheit der Bürger, die sich immer öfter in Protesten, Demonstrationen oder gar Aufständen Luft macht.

Unausweichlich wird der wirtschaftliche Aufstieg Chinas weltpolitische Folgen haben. Wir erleben derzeit eine Verschiebung von Macht und Reichtum aus dem Westen nach Asien. Ein halbes Jahrtausend westlicher Dominanz geht zu Ende. Ein neues Mächtemuster gewinnt an Gestalt. China versichert Mal um Mal, dass ein „friedlicher Aufstieg“ sein Anliegen sei. Die Geschichte lehrt freilich, dass aufstrebende Mächte noch immer ihren Platz an der Sonne eingefordert und zugleich auf die eine oder andere Weise versucht haben, den bestehenden Status quo aus den Angeln zu heben – das wilhelminische Deutschland liefert dafür ein nahe liegendes Beispiel. Ähnliches mag sich in unserer Gegenwart durchaus wiederholen.

In meinem China-Buch schrieb ich vor 35 Jahren: „Ein Poltergeist mag auf die Weltbühne treten oder ein Partisan der Besonnenheit. China kann ein Spannungserzeuger werden oder eine Kraft zum Ausgleich. Vielleicht findet es den Stein der Weisen, ein Modell sinnvoller, dem Menschen angemessener Entwicklung; vielleicht kopiert es als letzter zur abendländischen Zivilisation bekehrter Lebenskreis auch nur alle Fehler des Westens und verdichtet sie zu einer gigantischen Kulturkatastrophe.“

Dreieinhalb Jahrzehnte später möchte ich sagen: „The jury is still out“. Dies gilt zum einen für die chinesische Klimapolitik, zum anderen für Pekings Geopolitik und Geostrategie.

Der wirtschaftliche Aufstieg hat die Flüsse des Landes verseucht und die Luft bis zur Unerträglichkeit verpestet. Im Jahre 1975 konnte ich morgens noch unerschrocken joggen gehen, jetzt müsste man dazu oft eine Gasmaske anlegen. Bei den internationalen Klimakonferenzen zeigt sich Peking widerspenstig, doch am Ende wird es drastische Maßnahmen ergreifen müssen – nicht um westlichen Besorgnissen oder Bedürfnissen Rechnung zu tragen, sondern um dem eigenen Volk wieder sauberes Trinkwasser und reine Luft zum Atmen zu verschaffen.

Die geopolitische „grand strategy“ Chinas aber ist gegenwärtig schwer zu erkennen. China wird schwerlich bloß ein zweites Japan werden wollen: ökonomisch ein Riese, weltpolitisch ein Zwerg. Zwar verspricht China Friedfertigkeit, doch rüstet es massiv auf. Seine asiatischen Nachbarstaaten durchdringt es nicht allein wirtschaftlich, und manche seiner Militärs ergehen sich gern in säbelrasselnden Erklärungen, die dem alten Motto Deng Xiaopings eine bedrohliche Qualität verleihen – 韬光养晦 *taoguang yanghui*: Verbirg deine Macht, spiele auf Zeit. Ist jetzt die Zeit herangereift, um aufzutumpfen? China rückt den Nachbarn auch mit robusten Territorialansprüchen unangenehm zu Leibe – im Südchinesischen Meer (Neun-Striche-Linie, Spratly- und Paracel-Inseln, Scarborough-Riff) wie im Ostchinesischen Meer (Diaoyutai-/ Senkaku-Inseln). Dies hat die verquere Konsequenz, dass sich diese Länder – von Vietnam bis Japan – obwohl ihre wirtschaftliche Verflechtung mit der Volksrepublik immer enger wird, mit Macht wieder unter den Sicherheitsschirm der Vereinigten Staaten drängen. In Tokio befördert das chinesische Vorgehen geradezu das Wiederaufleben eines Militarismus – einer Geisteshaltung, die China doch mit allen Mitteln sollte verhindern wollen. Der Mangel an diplomatischem Feingefühl und ein Überhandnehmen engstirnigen militärischen Denkens in Peking, der darin zum Ausdruck kommt, bereitet vielen im Westen ebenso großes Kopfzerbrechen wie die aus Geschichtsverdrängung erwachsende Unfähigkeit Japans zur Aussöhnung. Jedenfalls drängt sich an der Schwelle des

Jahres 2014 angesichts der zunehmenden Spannungen in Asien düster die Erinnerung an den Ausbruch des Ersten Weltkrieges vor hundert Jahren auf. Damals stürzte die mangelnde Einsicht und Umsicht der Herrschenden die europäische Staatenwelt in die Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts.

Im Juni 1896 besuchte der greise chinesische Vizekönig Li Hongzhang den Fürsten Bismarck. „Wie sollen wir es machen, um China zu reformieren?“, fragte der Chinese. Bismarck entgegnete: „Die Hauptsache ist: Wenn in der obersten Leitung Raketensatz ist, dann geht vieles; wenn er fehlt, geht nichts.“

In China hat eine ganz neue „oberste Leitung“ das Ruder übernommen. Drücken wir die Daumen, dass sie nicht nur Raketensatz hat, sondern auch in die richtige Richtung zielt: nach innen in Richtung Rechtsstaatlichkeit und Demokratisierung, nach außen in Richtung Kooperation, Verträglichkeit und Versöhnlichkeit. Mehr denn je gilt heute, was Richard von Weizsäcker vor zwanzig Jahren einmal gesagt hat: „Was in China gelingt oder misslingt, betrifft die ganze Welt.“

Dr. Theo Sommer
Deutscher Journalist,
Editor-at-Large und
ehemaliger Herausgeber
der Zeitung Die Zeit



Gastbeitrag: Dr. Martin Brudermüller Fürsprecher füreinander – Impuls für neue Sichtweisen

Wahrnehmung und Realität sind ein schwieriges Paar. Über die Frage, was Ursache und was Wirkung ist, haben sich Philosophen über Jahrhunderte hinweg die Köpfe zerbrochen. Eines aber möge hier als zweifelsfrei gelten: die gegenseitige Wechselwirkung. Realität begründet Wahrnehmung, aber Wahrnehmung schafft auch Realität. Das kann eine sich gegenseitig verstärkende Kausalbeziehung sein, im Positiven wie im Negativen. Die negative Variante illustriert Paul Watzlawick auf amüsante Art in seiner „Anleitung zum Unglücklichsein“: Ein Mann braucht einen Hammer, um ein Bild aufzuhängen. Der Nachbar hätte einen, aber der scheint ihm immer sehr unfreundlich, gar feindselig zu sein. Nicht, dass dies auf konkreten Erlebnissen beruhen würde, es scheint eben so. Und in Windeseile baut sich in dem Mann die Wahrnehmung eines ihm übel Gesinnten auf, er rennt zum Nachbarn hinüber und bevor der noch freundlich „Guten Morgen“ sagen kann, schleudert der Mann ihm entgegen: „Sie können Ihren Hammer behalten, Sie Rüpel!“ Diese Wahrnehmung und die darauf fußende Handlung schaffen ganz sicher neue Realitäten, die ihrerseits den Mann in seiner Wahrnehmung nur bestätigen werden.

Wenn schon zwei Individuen in einer solchen Konstellation gefangen sein können, wird einem deutlich, wie komplex das Wahrnehmungs-Realitäts-Verhältnis zwischen zwei Staaten und ihren Bevölkerungen sein kann. Deshalb kann man aus Watzlawicks extremem Negativbeispiel eine Menge darüber lernen, wie sich eine positive Verstärkung bewirken lässt.

Zum Beispiel zwischen Deutschland und China. In früheren Jahrhunderten schien „der andere“ weit weg zu sein und damit die Frage nach der gegenseitigen Wahrnehmung und der Realität nicht so wichtig. Doch die beiden Länder haben in den vergangenen Jahrzehnten ihre Beziehungen immer weiter intensiviert und sind sich deutlich näher gekommen. China ist Deutschlands drittgrößter Handelspartner weltweit, Deutschland ist Chinas größter Handelspartner in Europa. An deutschen Universitäten sind 24 000 chinesische Studenten immatrikuliert, umgekehrt sind es 4 000 Studierende. Persönliche Erfahrungen über den Tourismus nehmen zu: 2011 waren 640 000 deutsche Besucher in China und rund 1 Mio. Chinesen in Deutschland. Deutsche und chinesische Universitäten arbeiten in vielen Forschungspartnerschaften miteinander. Gleichzeitig vernetzen Internet, Twitter und Weibo, WhatsApp und WeChat die Menschen global. Wahrnehmung kann also heute fast in Echtzeit erfolgen und sie gewinnt angesichts der deutlich stärkeren Verflechtungen in vielen Bereichen immer mehr an Bedeutung.

Umso beunruhigender sind die Ergebnisse der Huawei-Studie, wonach die gegenseitige Sicht der Bevölkerungen aufeinander noch viel zu häufig von Unverständnis und Unkenntnis geprägt ist. Die daraus resultierenden Vorurteile, Ängste und Abgrenzungen verhindern, dass wir viele Potenziale zu einer weiteren Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen beiden Ländern nicht nutzen.

Das große Verdienst der Huawei-Studie ist es, diese Wahrnehmungen im Detail darzustellen, nun schon zum zweiten Mal. Für diese Initiative gebührt dem chinesischen Telekommunikationsausrüster großer Dank. Denn nur auf Basis einer ehrlichen Analyse darüber, wie wir uns gegenseitig sehen, können wir Ansätze zur Verbesserung entwickeln.

Besonders auffällig an den Ergebnissen der Studie ist das asymmetrische Verhältnis: Chinesen sehen Deutschland positiver als die Deutschen China. Als jemand, der sich aktiv für die deutsch-chinesischen Beziehungen einsetzt, möchte ich gern zu einer deutlichen Verbesserung des gegenseitigen Verständnisses beitragen. Wie können wir erreichen, dass sich Wahrnehmung und Realität gegenseitig positiv verstärken, mit allen realen Vorteilen für unsere Beziehungen?

Meine Antwort ist eine doppelte Aufforderung an die Meinungsführer in beiden Ländern. Jeder von uns muss im eigenen Land hart an den eigenen Realitäten arbeiten. Und jeder von uns muss im eigenen Land aktiv daran mitwirken, dass das Partnerland angemessen und fair wahrgenommen wird. Die Basis der Wahrnehmung ist gegenseitige Kenntnis. Die Studie zeigt, dass diese nach wie vorher eher gering ist. Das ist eine Aufgabe für die Medien in beiden Ländern, die die Berichterstattung über das Leben auf der anderen Seite der Erde deutlich intensivieren müssen. Aber wir brauchen in beiden Ländern auch ein größeres Angebot, die andere Sprache zu lernen, möglichst schon in jungen Jahren. Neue und mehr Austauschformate für Schüler, Studenten, Praktikanten, Wissenschaftler, Künstler, Politiker, Journalisten und Mitarbeiter von Unternehmen sind zu entwickeln und umzusetzen. Natürlich kann Interesse nicht verordnet werden. Aber Angebote können Nachfrage erzeugen und deshalb liegt es an uns, den gesellschaftlichen Austausch auf ganz breiter Front deutlich zu intensivieren. Denn nichts führt zu tieferer Kenntnis als persönliche Erfahrung.

Nicht alle Menschen können das andere Land besuchen, deshalb muss persönliche Erfahrung auch zu Hause möglich sein. Hier spielt Kultur eine wesentliche Rolle. Über Filmfestivals, Gastspiele und Ausstellungen bis hin zu Kulturwochen wird dieser Austausch immer intensiver. Doch es ist noch ein weiter Weg, bis die Präsenz der anderen Kultur im eigenen Land zur Alltagserfahrung wird. Angelina Jolie ist den meisten Deutschen bekannt, der chinesische Superstar Vicki Zhao aber nicht. Chinesische Musik im deutschen Radio ist eine Ausnahme, chinesische Serien im Fernsehen sind bei uns praktisch nicht vorhanden.

Im Bereich Wirtschaft sind es die Unternehmen, die eine besondere Verantwortung dafür haben, an ihren Auslandsstandorten für die Menschen vor Ort präsent und erfahrbar zu sein. Wenn deutsche Unternehmen in China aktiv sind, dann verstehen sie sich mit ihren lokalen Töchtern als verantwortungsvoller Teil der chinesischen Gesellschaft und möchten als solcher wahrgenommen werden. Wir engagieren uns über unser Geschäft hinaus in Umwelt-

und Sozialbelangen in China. In gleichem Maße muss sich die chinesische Wirtschaft in der öffentlichen Diskussion in Deutschland engagieren. Die chinesischen Unternehmen müssen „ein Gesicht bekommen“. Die Personen, die Entscheider müssen sich der deutschen Öffentlichkeit vorstellen, ihre Ziele und Absichten erläutern, die hinter dem unternehmerischen Engagement stehen. Die Etablierung einer chinesischen Handelskammer in Deutschland ist dafür ein wichtiger und guter Schritt. Wenn wir als Unternehmen mit solcher Transparenz im anderen Land auftreten, dann leisten wir einen enormen Beitrag zur gegenseitigen Wahrnehmung – mit allen positiven Folgen für die Realität der gegenseitigen Beziehungen.

Aber Meinungsführer können noch einen weiteren Beitrag leisten – sie können im eigenen Land zum Fürsprecher und Mentor des anderen Landes werden. Ein Beispiel dafür ist das Deutsch-Chinesische Dialogforum. Das Forum ist ausdrücklich dem gesellschaftlichen Austausch gewidmet. Vertreter beider Länder aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und den Medien diskutieren Herausforderungen in beiden Ländern, um voneinander zu lernen – abseits von politischen Aufträgen. Aber ein ganz wesentlicher weiterer Effekt ist, dass jedes der Mitglieder im eigenen Land zu einem Fürsprecher für das andere Land wird.

Das wirtschaftliche Pendant ist der Deutsch-Chinesische Beratende Wirtschaftsausschuss, ein neues Gremium, das von Bundeskanzlerin Angela Merkel und Premierminister Li Keqiang etabliert wurde und im Jahr 2014 seine konstituierende Sitzung haben wird. Mitglieder sind deutsche und chinesische Unternehmensvertreter, die den beiden Regierungen Expertise und Rat zu wesentlichen Fragestellungen der deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen bieten sollen. Auch dieser Kreis wird dann erfolgreich sein, wenn er das Wissen übereinander vergrößert und wenn seine Mitglieder zu gegenseitigen Fürsprechern werden.

Beispiel Investitionszugang: Statt ausschließlich von der chinesischen Regierung faire Markt-zugangsbedingungen für deutsche Unternehmen in China zu fordern, wirbt der Asien-Pazifik-Ausschuss zusammen mit dem Bundeswirtschaftsministerium für mehr Offenheit in Deutschland gegenüber chinesischen Investoren. Wenn sich daraufhin Realitäten ändern und deutsche Unternehmen in China gleiche Bedingungen erfahren wie chinesische und umgekehrt chinesische Investitionen in Deutschland genauso willkommen sind wie deutsche, dann wird sich auch die Wahrnehmung verändern. Und nichts wird dabei so wirkungsvoll sein wie die Fürsprache von Unternehmen wie BASF oder Huawei in ihren Heimatländern für die Unternehmen des anderen Landes.

Kurzum, wir wollen den Nachbarn als einen freundlichen Menschen sehen. Dann werden wir ihn auch als freundlichen Menschen erleben und er wird uns gegenüber offen sein. Er wird uns gern seinen Hammer leihen, den wir gut gebrauchen können – so wie er möglicherweise großen Bedarf für unsere Bohrmaschine hat. Ich will nicht so weit gehen, dies die „Anleitung zum Glücklichen“ zu nennen – aber ein Impuls, wie wir Wahrnehmungen und Realitäten in den deutsch-chinesischen Beziehungen verbessern können, ist es allemal.

.....
Dr. Martin Bruder Müller
Stellvertretender Vorsitzender
des Vorstandes der BASF SE,
China-Sprecher im Asien-
Pazifik-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft



7.

Gesellschaft und Kultur

57%

der Deutschen empfinden die chinesische Kultur als sehr fremd. 50% der Chinesen sagen dies über die deutsche Kultur.

7.1
7.1.1

Ergebnisse im Überblick
Befragung

61%

der Chinesen nehmen an, dass die deutsche Bevölkerung zu einem großen Anteil vom Wirtschaftswachstum in Deutschland profitiert. Über China denken das 15% der Deutschen.

43%

der Chinesen sehen Deutschland beim Thema soziale Absicherung in der internationalen Spitzengruppe. 38% der Deutschen glauben, dass Chinas soziale Sicherungssysteme perspektivisch im internationalen Mittelfeld liegen werden.

76%

der Chinesen glauben, dass Deutschland im internationalen Bildungswettbewerb eine Spitzenposition belegt. 52% der Deutschen glauben dies über China.

21%

der Deutschen können sich vorstellen, in China zu leben. Für 45% der Chinesen ist es denkbar, nach Deutschland zu ziehen.

90%

der Deutschen glauben, dass Höflichkeit in China eine große Rolle spielt. 81% der Chinesen glauben dies über Deutschland. Beide halten damit Höflichkeit für das wichtigste Kulturmerkmal des anderen Landes.

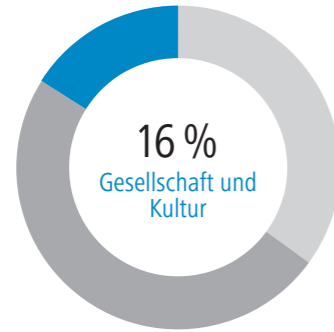
7.1.2

Medienanalyse

Wie häufig berichten deutsche und chinesische Medien über kulturelle Themen des jeweils anderen Landes und wie ist die Tonalität?

Abb. 7.01a
Gesamtanteil
Schwerpunkt- und
Detailthemen

Medienanalyse (DE):
Verteilung der
Detailthemen innerhalb
des Schwerpunktthemas
Gesellschaft und Kultur in der
deutschen Berichterstattung
über China

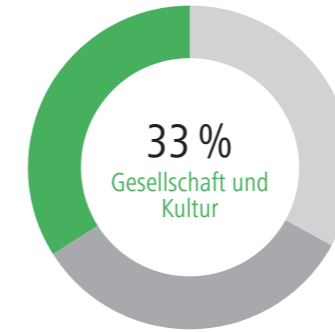


Schwerpunktthema
16 % der Berichterstattung
über China widmen sich
Gesellschaft und Kultur.

Detailthemen
25 % Arbeit und Soziales
22 % Kultur allgemein
21 % Alltagskultur
16 % Hoch- und Populärkultur
10 % Medienlandschaft
7 % Bildung

Abb. 7.01b
Gesamtanteil
Schwerpunkt- und
Detailthemen

Medienanalyse (CN):
Verteilung der
Detailthemen innerhalb
des Schwerpunktthemas
Gesellschaft und Kultur in der
chinesischen Berichterstattung
über Deutschland



Schwerpunktthema
33 % der Berichterstattung
über Deutschland widmen
sich Gesellschaft und Kultur.

Detailthemen
46 % Kultur allgemein
15 % Bildung
13 % Alltagskultur
13 % Hoch- und Populärkultur
11 % Arbeit und Soziales
3 % Medienlandschaft

Abb. 7.02a
Tonalität innerhalb der
Detailthemen
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (DE):
Tonalität der deutschen
Berichterstattung über
China innerhalb der Top-4-
Detailthemen

positiv
ambivalent
negativ
neutral

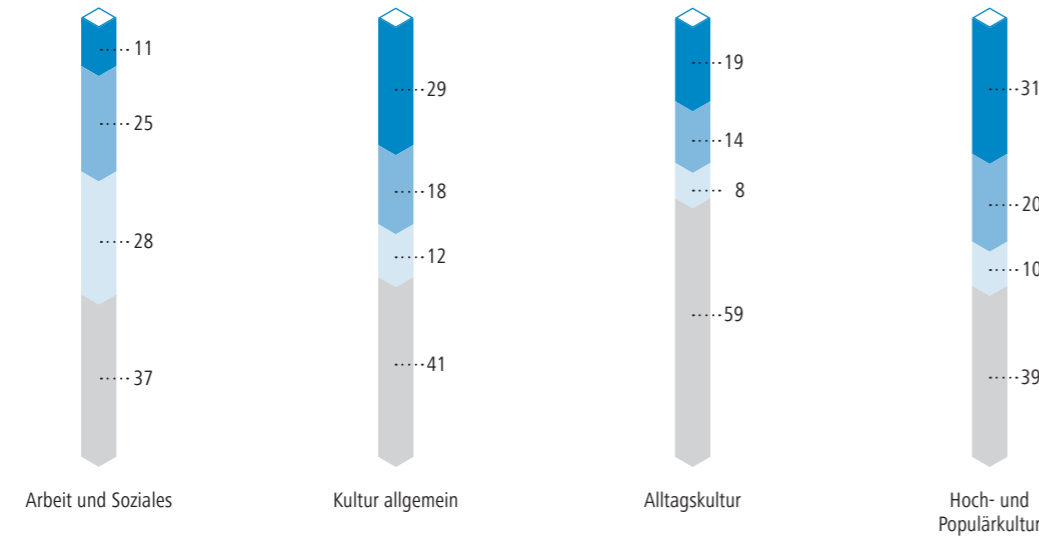


Abb. 7.02b
Tonalität innerhalb der
Detailthemen
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (CN):
Tonalität der chinesischen
Berichterstattung über
Deutschland innerhalb der
Top-4-Detailthemen

positiv
ambivalent
negativ
neutral



Abb. 7.03a
Top-5-Frames innerhalb der
Berichterstattung
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (DE):
Top-5-Frames innerhalb der
deutschen Berichterstattung
über China sowie die
prozentuale Verteilung der
Aussagen innerhalb der
Frames

Frame	Aussage	A1	teils A1, teils A2	A2
19	(A1) Betonung kultureller Gemeinsamkeiten (A2) Betonung kultureller Unterschiede	39	20	41
10	China ist eine (A1) traditionell geprägte Gesellschaft (A2) modern geprägte Gesellschaft	31	43	26
7	(A1) In China ist Zensur an der Tagesordnung (A2) In China besteht Pressefreiheit	100	0	0
6	China/Chinesen profitieren (A1) vom Wirtschaftswachstum (A2) nicht vom Wirtschaftswachstum	59	23	18
6	In China gibt es (A1) ein Recht auf freie Meinungsäußerung (A2) kein Recht auf freie Meinungsäußerung	0	5	95

Abb. 7.03b
Top-5-Frames innerhalb der
Berichterstattung
(Angaben in Prozent)

Medienanalyse (CN):
Top-5-Frames innerhalb der
chinesischen Berichterstattung
über Deutschland sowie
die prozentuale Verteilung
der Aussagen innerhalb der
Frames

Frame	Aussage	A1	teils A1, teils A2	A2
16	Die deutsche Gesellschaft ist (A1) konservativ (A2) fortschrittlich	6	9	86
13	(A1) Betonung kultureller Gemeinsamkeiten (A2) Betonung kultureller Unterschiede	47	2	51
12	In Deutschland spielt Bildung (A1) eine große Rolle (A2) keine Rolle	98	2	0
11	Deutschland ist eine (A1) traditionell geprägte Gesellschaft (A2) modern geprägte Gesellschaft	57	8	35
11	Deutschland/Deutsche (A1) ist/sind vertrauenswürdig (A2) ist/sind nicht vertrauenswürdig	50	44	7

7.2
7.2.1

Landeskultur und Mentalität Wahrnehmung

Zwischen Tradition und Moderne: Welche kulturellen Werte schreiben sich Chinesen und Deutsche gegenseitig zu?

Abb. 7.04a
Kulturelle Werte in China aus deutscher Sicht (Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Zustimmung zu Aussagen über die chinesische Kultur und Mentalität (z. B. „Spielt Tradition in China eine große Rolle?“)

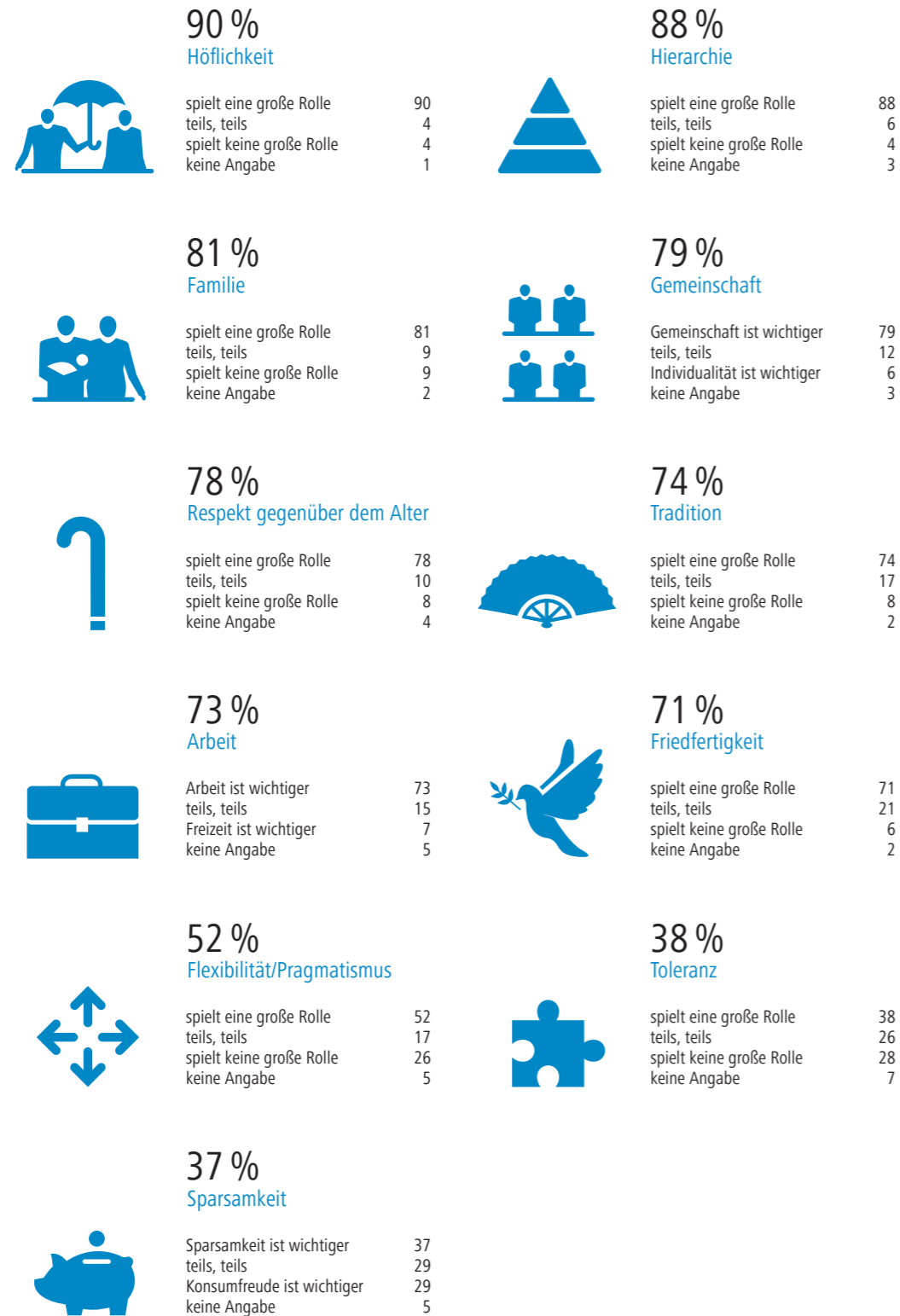
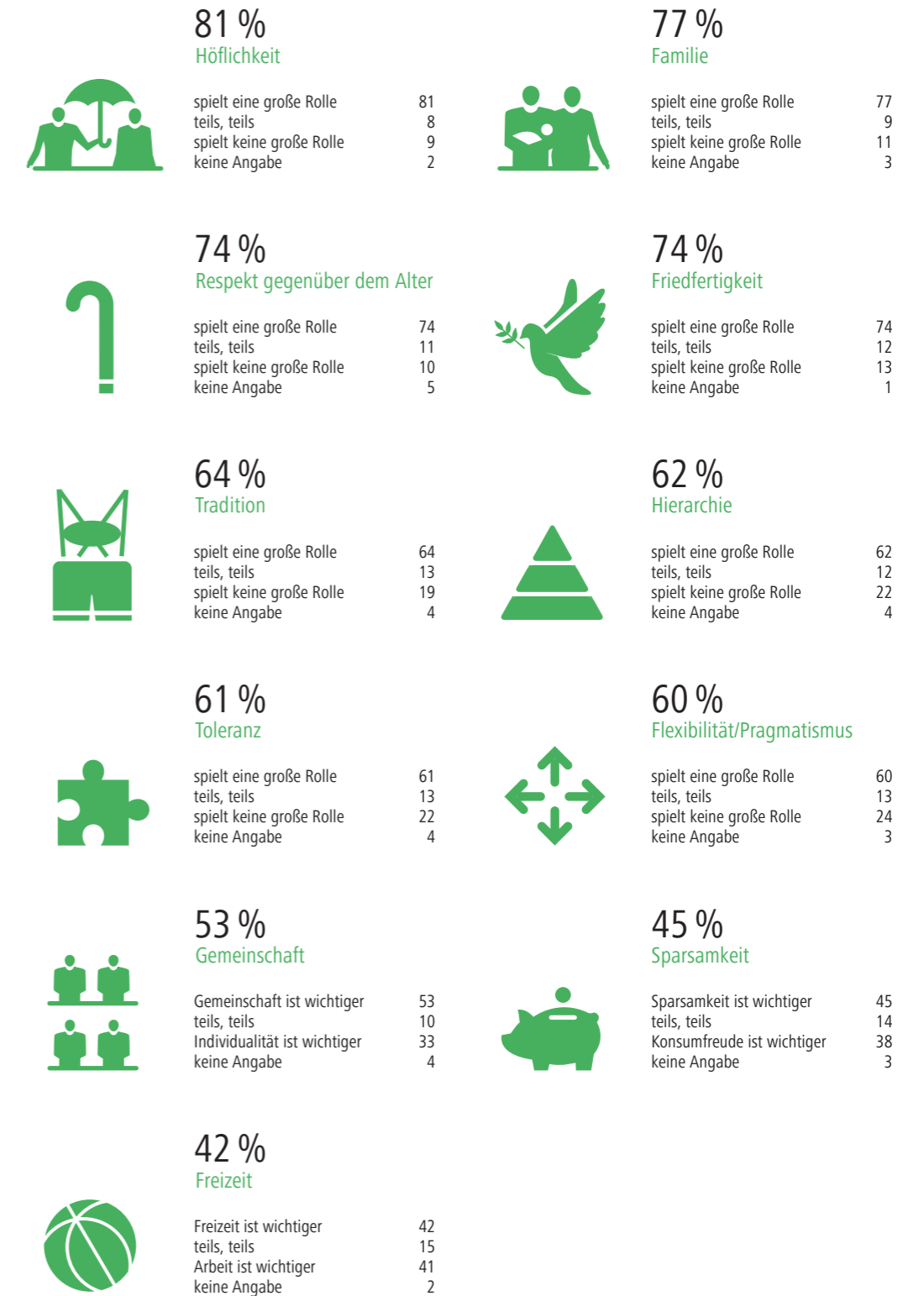


Abb. 7.04b
Kulturelle Werte in Deutschland aus chinesischer Sicht (Angaben in Prozent)

Fragestellung (CN):
Zustimmung zu Aussagen über die deutsche Kultur und Mentalität (z. B. „Spielt Tradition in Deutschland eine große Rolle?“)



Deskription der Befragungsergebnisse: Landeskultur und Mentalität

Trotz kultureller Unterschiede zwischen China und Deutschland werden in der Befragung bestimmte kulturelle Ausprägungen als ähnlich wahrgenommen. Dem Chinabild in Deutschland zufolge ist China ein traditionsreiches Land (74 %), in dem Höflichkeit (90 %), Hierarchieorientierung (88 %) sowie Familien- (81 %) und Gemeinschaftssinn (79 %) einen hohen Stellenwert besitzen. Das Deutschlandbild Chinas unterstellt ebenfalls, dass die deutsche Kultur durch Höflichkeit (81 %), Familiensinn (77 %), Respekt vor älteren Menschen (74 %), Friedfertigkeit (74 %) und Traditionsbewusstsein (64 %) geprägt ist.

Das deutsche Chinabild stimmt mit den traditionellen philosophisch-religiösen Wertevorstellungen Chinas überein. Dagegen lässt sich das Deutschlandbild Chinas nur begrenzt durch die geisteswissenschaftlichen und gesellschaftlichen Hintergründe sowie wissenschaftlichen Untersuchungen begründen.

Die deutsche Kultur besitzt in China ein überaus positives Image. Das spiegelt sich auch in der Berichterstattung der chinesischen Medien wider.

Einordnung und Hintergrund: Landeskultur und Mentalität

1 In der Kulturwissenschaft versteht man unter einem Artefakt eine „sinnrepräsentierende Leistung einer Gesellschaft“ (Schönhuth [ohne Jahr]). Als Beispiel kann das chinesische Essen mit seiner soziokulturellen Funktion als Artefakt bzw. Produkt der chinesischen Kultur betrachtet werden.

2 Der Daoismus wird auch als Chinas eigene authentische Religion bezeichnet. Dieser bezieht sich auf ein universelles Prinzip, nämlich sich bewusst in den natürlichen Fluss der Ereignisse einzuordnen und ein Leben in Harmonie anzustreben. Obwohl der Daoismus einen großen Einfluss auf alle Bereiche der chinesischen Kultur und Gesellschaft hat, ist diese Religion relativ wenig bekannt und oft noch weniger verstanden worden (Staiger/Schütte/Friedrich 2003).

Die chinesische Kultur mit all ihren Facetten unterscheidet sich deutlich von der deutschen Kultur. Trotz der für Vertreter westlicher Kulturen häufig schwer zu deutenden Verhaltensweisen und Artefakte¹ herrscht ein relativ großer Konsens in der kulturellen Wahrnehmung Chinas in Deutschland. China wird als ein Land gesehen, das stark durch alte Traditionen geprägt ist. Mit Blick auf die chinesische Mentalität herrscht ein relativ homogenes Meinungs- bild, in dem Höflichkeit, Friedfertigkeit, Familien- und Gemeinschaftssinn gepaart mit einer Hierarchieorientierung als Charakteristika vorherrschen. Dies sind genau die kulturellen Merkmale, die stark mit den konfuzianischen und daoistischen Werten² sowie dem Buddhismus verwandt sind. Anders als in der politischen Diskussion über China in Deutschland, die stark von einem universalistischen Ansatz geprägt ist, wird in der Diskussion über Wirtschaft und Gesellschaft Chinas dem traditionellen konfuzianischen Denken mehr Gewicht eingeräumt. Tatsächlich prägen diese traditionellen Werte trotz zunehmender westlicher Einflüsse auch in Zeiten der Globalisierung weiterhin die Mentalität und Alltagskultur Chinas.

Mit dem wirtschaftlichen Erfolg Chinas wird auch den kulturellen Ausprägungen, die hierzu beigetragen haben, viel Aufmerksamkeit geschenkt. In deutschen Buchhandlungen existiert eine reichhaltige Literatur darüber, wie sich deutsche Manager auf die kulturellen Eigenheiten von Chinesen einstellen können. Dagegen fehlen jedoch in chinesischen Buchhandlungen derartige Werke über die deutsche Kultur. So stellt sich die Frage, wie das gegenwärtige Deutschlandbild Chinas entstanden ist.

Die wichtigsten Kanäle für die Entstehung eines Nationenbildes sind Boulding (1971) zufolge neben allgemeinen Informationen und geschichtlichen Ereignissen verschiedene sogenannte

3 Der historische Aspekt wird im Rahmen dieser Studie bewusst aus Platzgründen außer Acht gelassen.

4 Die von Hofstede entwickelten Kulturdimensionen sind nicht unumstritten, bieten aber die Möglichkeit der Kategorienbildung. Hierdurch können Unterschiede zwischen Kulturen schneller erkannt und besser verstanden werden.

Präsenzformen. Dazu gehören beispielsweise die symbolträchtigen Gebäude eines Landes, seine erfolgreichen Marken und Produkte, herausragende Ereignisse oder Persönlichkeiten sowie die verschiedensten zwischenmenschlichen direkten Kommunikationsformen. Die Massenmedien haben nach Boulding einen zentralen Einfluss auf die Entstehung von Nationenbildern.³

Bei der Entstehung vom Deutschlandbild in China spielen nicht zuletzt die erfolgreichen Produkte, insbesondere die deutschen Fahrzeuge und Maschinen, eine prominente Rolle. So lässt sich erklären, dass deutsche Fahrzeuge auf der Liste der spontanen Assoziationen ganz oben stehen (s. Kap. 4.1, Abb. 4.01b). Das Deutschlandbild wird aber auch durch die zunehmende Reiseaktivität chinesischer Touristen geprägt, die über die besuchten Märchenschlösser, traditionelle bayerische Tänze und die deutsche Liebe zur Präzision berichten. Darüber hinaus vermitteln chinesische Medien in ihren Beiträgen ein ausgesprochen traditionsbehaftetes Bild Deutschlands (57 %) (s. Abb. 7.03b). Dieses Bild spiegelt sich in der Wahrnehmung der Befragten wider. 64 % der chinesischen Befragten halten Deutschland für ein traditionsbewusstes Land.

Um das Deutschlandbild Chinas mit der Wahrnehmung Chinas in Deutschland zu kontrastieren, bietet die kulturvergleichende Forschung Hintergrundwissen. Dieser Forschungsrichtung nach zählt die chinesische Kultur zu einem Kulturkreis, der durch den Einfluss des Konfuzianismus gekennzeichnet ist. Die konfuzianischen Werte haben die chinesische Gesellschaft über Jahrtausende hinweg geprägt, auch wenn die dem Konfuzianismus zugeordneten Kulturmerkmale nicht in jeder Entwicklungsphase gleich stark ausgeprägt waren. Nach Hofstede (1997) zeichnet sich die chinesische Kultur durch einen ausgeprägten Kollektivismus, eine hohe Machtdistanz und eine starke Langfristorientierung aus. Die deutsche Kultur ist dagegen durch eine höhere Unsicherheitsvermeidung sowie eine deutlich höhere Individualität gekennzeichnet (s. Abb. 7.05).⁴

Abb. 7.05 Kulturvergleich Deutschland und China von Hofstede

Hofstedes Kulturindex bewegt sich auf einer Skala von 0–100. Die Dimension Langfristorientierung, die in China stärker ausgeprägt ist als in anderen Ländern, kam erst später hinzu. Für sie hat man einen Wert von 118 vergeben.

Quelle: Hofstede 1997

	Deutschland	China
Machtdistanz	35	80
Unsicherheitsvermeidung	65	30
Individualismus	67	20
Maskulinität	66	66
Langfristorientierung	31	118

.....
5 Der Kollektivismus beschreibt Gesellschaften, „in denen der Mensch von Geburt an in starke, geschlossene Wir-Gruppen integriert ist, die ihn ein Leben lang schützen und dafür bedingungslose Loyalität verlangen.“ (Kutschker/Schmid 2006: 715).

.....
6 Das Gesicht wahren ist eine der wichtigsten Verhaltensregeln in China. Sie bedeutet, anderen Respekt zu zollen und sie nicht durch Worte oder Handeln in eine unangenehme Situation zu bringen.

.....
8 Langfristorientierung steht für „eine große Ausdauer bzw. Beharrlichkeit im Verfolgen von Zielen; Rangordnungen, die am Status orientiert sind; Respekt vor diesen Rangordnungen; hohe Sparquote und hohe Investitionstätigkeit sowie ausgeprägtes Schamgefühl.“ (Kutschker/Schmid 2006: 720).

.....
7 Als Machtdistanz wird das Ausmaß bezeichnet, „bis zu welchem die Mitglieder einer Gesellschaft erwarten und akzeptieren, dass Macht ungleich verteilt ist.“ (Kutschker/Schmid 2006: 712).

China wird mit einem Wert von 20 Punkten auf der Skala von Hofstede Individualismus-index (zwischen 0–100) eindeutig einer kollektivistischen Kultur⁵ zugeordnet, während die deutsche Kultur mit einem Indexwert für Individualismus von 67 als eher individualistisch ausgeprägt gilt. In der traditionellen chinesischen Kultur wird das Individuum als Teil eines Ganzen (eines Beziehungsgebildes) betrachtet. Dies resultiert aus der konfuzianischen Vorstellung von Harmonie. Im Gegensatz zum westlichen Individualismus (maximale Freiheit für Individuen) gelten Harmonie und Stabilität als die höchsten Ziele einer Gesellschaft. Um dies zu erreichen, besteht in China die Bereitschaft, sich dem gemeinschaftlichen Interesse unterzuordnen. Darüber hinaus äußert sich das Streben nach Harmonie auch in den menschlichen und gesellschaftlichen Beziehungen. So werden Konflikte und eine direkte Konfrontation als störend empfunden. Die kompromisslose Durchsetzung von Eigeninteressen wird als unmoralisch betrachtet und ist verpönt. Dagegen werden Eigenschaften wie die Bereitschaft zu Kompromissen, ein freundliches und zurückhaltendes Auftreten sowie das Prinzip der „Gesichtswahrung“⁶ in China hoch geschätzt. In der Wahrnehmung der Deutschen steht die Höflichkeit der Chinesen an prominenter Stelle. Allerdings ist ihre Bedeutung vor allem im Kontext des Strebens nach Harmonie zu verstehen. Auch dass Chinesen stark familienorientiert sind und großen Wert auf Gemeinschaft legen, findet in der deutschen Befragung zu China Zustimmung.

In einer individualistisch geprägten Gesellschaft sind dagegen die Bindungen zwischen Individuen eher lockerer Natur. Erwartet wird nur, dass sich jeder um sein eigenes Wohl und das seiner direkten Verwandten kümmert. Selbstverwirklichung stellt das primäre Lebensziel dar, für dessen Erreichung jeder selbst verantwortlich ist. Eine Gesellschaft ist keine natürlich gegebene, sondern eine hinterfragbare Ordnung. Jedes Individuum handelt autonom und kann sein Leben reflexiv steuern. Wäre zu denken, forderte der große deutsche Philosoph Immanuel Kant im 18. Jahrhundert. Hier steht eine lange Geschichte der abendländischen Kultur mit dem Verständnis eines selbstreflektierenden Individuums dem chinesischen Konfuzianismus mit der gesellschaftlichen Harmonie als oberstem Ziel gegenüber. So eindeutig das Ergebnis aus Hofstede's Untersuchung auch ist und so sehr sich diese Zuordnung auch durch geistesgeschichtliche Hintergründe begründen lässt, die Wahrnehmung der Menschen in China ist jedoch eine andere. Mehr als die Hälfte (53 %) der Menschen in China denkt, dass in Deutschland großer Wert auf Gemeinschaft gelegt wird.

Wie Hofstede auch behauptet hat, ist in kollektivistischen Gesellschaften die Akzeptanz von Hierarchien und von autokratischem und arrogantem Verhalten von Führungskräften deutlich größer. Das trifft scheinbar auch auf die chinesische Kultur zu. Auf der Skala von Hofstede's Machtdistanzindex⁷ (zwischen 0–100) wird die chinesische Kultur weit überdurchschnittlich mit 80 Punkten bewertet. Dagegen liegt der Index der Machtdistanz in der deutschen Kultur bei nur 35 Punkten. Der Weltmittelwert beträgt 56,5 Punkte. Das bedeutet, dass die Akzeptanz einer ungleichen Machtverteilung in China hoch und in Deutschland eher gering ist. Der Unterschied zwischen einer hohen und einer niedrigen Machtdistanz macht sich unter anderem in der Hierarchieorientierung und im sozialen Status älterer Menschen bemerkbar. So ist in einer Gesellschaft mit großer Machtdistanz die Hierarchie steil, während sie in Gesellschaften mit einer geringen Machtdistanz eher flach und meistens auf funktionale Unterschiede zurückzuführen ist.

Die hierarchische Rangordnung und die Familienorientierung gehören zu typischen chinesischen Kulturmerkmalen. In der traditionellen konfuzianischen Gesellschaftsordnung sind die autoritäre und bevorzugte Position des Mannes und Vaters sowie die Achtung hierar-

chischer Strukturen legitimiert. Menschen werden in eine natürliche Hierarchie hineingeboren, nämlich in die der Familie mit einer Eltern-Kind-Beziehung. In dieser Hierarchie sind die Rollen klar verteilt. Die Eltern sorgen für das Kind und werden mit Gehorsamkeit und Respekt geehrt. Wie die Familie ist auch die Gesellschaft hierarchisch geordnet. Dem in einer Hierarchie Höhergestellten gebührt Gehorsamkeit, Respekt und Loyalität seiner Untergebenen. Er muss aber im Gegenzug Fürsorge leisten und Verantwortung tragen. Daher wird die chinesische Kultur im Gegensatz zur westlichen Gleichheitskultur auch als „Statuskultur“ charakterisiert (Pohl 1999: 71).

Der Hierarchiegedanke ist selbst heute noch in den Köpfen vieler Chinesen gegenwärtig. Es herrscht in der chinesischen Gesellschaft weiterhin das Senioritätsprinzip, nach dem älteren Menschen hoher Respekt entgegengebracht wird. Auch in chinesischen Unternehmen spielen Rangordnung und Seniorität eine große Rolle. Die Wahrnehmung der Menschen aus Deutschland entspricht genau dieser kulturellen Eigenheit Chinas. Die meisten Befragten, insbesondere die Wirtschaftsentscheider (mit 93 %), sind sich einig, dass die Einhaltung der hierarchischen Rangordnung in China sehr wichtig ist.

Neben starken Ausprägungen im Kollektivismus und in der Machtdistanz besitzt die chinesische Kultur mit einem Wert von 118 Punkten die höchste Langfristorientierung⁸ im internationalen Vergleich. Deutschland dagegen nimmt mit 31 Punkten eine Mittelposition ein.

Diese Kulturdimension wurde später von Hofstede eingeführt, als erkannt wurde, dass in ostasiatischen Ländern Werte existieren, die sich durch die vorher genannten Dimensionen nicht erfassen lassen. Gesellschaften mit einer Langfristorientierung sind durch Eigenschaften wie Fleiß, Ausdauer und Beharrlichkeit gekennzeichnet, da diese Eigenschaften das Erreichen von langfristigen Zielen ermöglichen. In solchen Gesellschaften herrscht auch häufig eine respektierte hierarchische Rangordnung. Oft ist dort eine pragmatische Vorgehensweise zu beobachten und es wird tendenziell sparsamer mit Geld umgegangen, um sich durch Sparen gegen Risiken in der Zukunft abzusichern. Die Menschen investieren eher in langfristige Projekte wie beispielsweise Immobilien. China zeigt in allen diesen Eigenschaften eine besonders hohe Langfristorientierung.

Chinesen gelten in ihrer grundsätzlichen Lebenseinstellung als flexibel und pragmatisch. Die im Daoismus verankerte Schicksalsgläubigkeit hat dazu beigetragen, dass sie einen pragmatischen Umgang mit Unsicherheit pflegen. Auch durch Unwägbarkeiten in der Vergangenheit, beispielsweise durch politische Willkür oder natürliche Katastrophen, haben Chinesen gelernt, zu improvisieren. Zwar bestehen in China ähnlich viele Regeln wie in anderen Ländern, doch wurde ihre Einhaltung häufig an die Situation angepasst. In der Wahrnehmung der Deutschen ist die Eigenschaft „Flexibilität und Pragmatismus“ der Chinesen nicht so stark ausgeprägt wie die vorher genannten. Eine knappe Mehrheit der Befragten (52 %) hält Chinesen für flexibel und pragmatisch, wohingegen ca. ein Viertel (26 %) diese Wahrnehmung nicht hat.

In der Bewertung der Sparsamkeit von Chinesen sind die Meinungen stark differenziert. 37 % der Befragten halten Chinesen für eher sparsam, 29 % der Befragten schätzen Chinesen als eher konsumfreudig ein und weitere 29 % sind diesbezüglich unentschlossen. Das mag daran liegen, dass die Menschen in Deutschland durchaus wahrgenommen haben, dass der Wohlstand in China mit dem rasanten Wirtschaftswachstum zugenommen hat. Immer mehr Chinesen haben sich dem westlichen Konsumstil zugewandt und sind von einem zunehmenden Markenbewusstsein geprägt (Kap. 7.3.2).

9 Unsicherheitsvermeidung lässt sich definieren als der Grad, „in dem sich die Mitglieder einer Gesellschaft durch ungewisse oder unbekannte Situationen bedroht fühlen.“ (Kutschker/Schmid 2006: 714).

Während die chinesische Kultur durch einen ausgeprägten Kollektivismus, eine hohe Machtdistanz und eine starke Langfristorientierung gekennzeichnet ist, weist die deutsche Kultur eine höhere Unsicherheitsvermeidung⁹ sowie eine deutlich höhere Individualität auf. Mit einem Wert von 65 Punkten gehört Deutschland sogar zu den Ländern mit einer hohen Unsicherheitsvermeidung. China dagegen zählt zu den Ländern mit einer geringen Unsicherheitsvermeidung, was einem Wert von 30 Punkten auf der oben genannten Skala entspricht. Eine starke Tendenz zur Unsicherheitsvermeidung führt dazu, dass viele Regeln, Gesetze und Vorschriften bestehen, um Unsicherheiten und Risiken möglichst gering zu halten. Kulturen mit schwach ausgeprägter Unsicherheitsvermeidung haben weniger Gesetze und Kontrollen. Die Arbeitsgestaltung ist eher flexibel. Die Menschen gelten als spontaner und pragmatischer.

Deutschland ist durch ein komplexes Rechtssystem geprägt mit vielschichtigen Regeln, Vorschriften, Verordnungen und Gesetzen. Ihre Vielzahl und oftmals starre Auslegung, ihre strenge Einhaltung und rigide Zurechtweisung oder Bestrafung bei Verstößen bilden einen deutlichen Kontrast zu anderen Ländern wie China. Implizite Regeln (z. B. Pünktlichkeit), Vorschriften (z. B. Haus- oder Benutzungsordnungen), Verordnungen (z. B. Müllentsorgung oder Straßenverkehrsordnung), Normen im beruflichen Leben (wie Anordnungen, Standardisierungen, Verfahren, Vorschriften), Klassifizierungen und Systematisierungen prägen das Denken und Verhalten der Menschen in Deutschland (Schroll-Machl 2007: 75). Allerdings stimmen diese Realitäten und die wissenschaftliche Einschätzung nicht mit dem Deutschlandbild in China überein. Deutlich mehr als die Hälfte der chinesischen Bevölkerung (60 %) nimmt Deutsche als eher flexibel und pragmatisch wahr. Diese Einschätzung liegt vermutlich darin begründet, dass Deutschland von den meisten Chinesen gleichzeitig als innovativ eingeschätzt wird. Eine hohe Innovationsbereitschaft setzt in der Regel eine anpassungsfähige Organisationsstruktur und eine flexible Arbeitsgestaltung voraus, um kreativen Ideen mehr Platz einzuräumen. Es kann vermutet werden, dass dieser Zusammenhang einen Einfluss auf die Einschätzung zu den Eigenschaften „Flexibilität und Pragmatismus“ der Deutschen genommen hat. Dagegen hält nur eine knappe Mehrheit der deutschen Bevölkerung (52 %) die Menschen in China für flexibel und pragmatisch.

10 „Maskulinität kennzeichnet Gesellschaften, in denen die Rollen der Geschlechter stark voneinander abgegrenzt sind: Männer haben ‚bestimmt‘, hart und materiell orientiert zu sein, Frauen sind bescheiden, feinfühlig und eher immateriell orientiert.“ (Kutschker/Schmid 2006: 717).

Im Hinblick auf die Maskulinität¹⁰ liegen China und Deutschland mit 66 Punkten gleichauf, und somit sind beide Kulturen eher maskulin geprägt. Eine Gesellschaft mit einer starken maskulinen Orientierung zeichnet sich durch eine Fokussierung auf materiellen Erfolg aus, die Arbeit besitzt gegenüber der Freizeit einen deutlich höheren Stellenwert und Konflikte werden häufig durch Positionen der Stärke geregelt. Dagegen zeichnet sich eine feminine Orientierung durch eine stärkere Betonung der zwischenmenschlichen Beziehungen aus. Nicht jede dieser Merkmale trifft auf beide Länder zu. Die Gemeinsamkeit scheint darin zu liegen, dass in beiden Ländern eine starke Arbeitsorientierung zu beobachten ist. Dies stellte auch die GLOBE-Studie (Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness Research Program) fest, die im Zeitraum von 1993 bis 2003 weltweit 62 Nationen untersuchte (s. Abb. 7.06). Unterschiede bestehen in den Merkmalen Durchsetzungsfähigkeit und zwischenmenschliche Beziehungen. So zeigen die Ergebnisse der GLOBE-Studie, dass Deutsche eine stark ausgeprägte Durchsetzungsfähigkeit aufweisen, während die Ausprägung dieses Merkmals in China unterdurchschnittlich ist. Anders sieht es bei den zwischenmenschlichen Beziehungen aus. Diese Dimension drückt aus, wie das faire, freigiebige oder freundliche Verhalten eines Mitglieds gegenüber anderen von der Gesellschaft unterstützt und gefördert wird. Unter allen 62 von GLOBE untersuchten Regionen weist Westdeutschland hier den geringsten Wert auf (3,18 für Westdeutschland/3,40 für Ostdeutschland). Dagegen ist die chinesische Kultur durch eine

starke Betonung harmonischer, menschlicher Beziehungen gekennzeichnet (4,36). Der Durchschnittswert liegt bei 4,09. Auch dies weist auf die Neigung zur Harmonie in der chinesischen Kultur hin.

Abb. 7.06 Vergleich der Kultur zwischen Deutschland und China, GLOBE-Studie (Angaben: 7-stufige Skala von 1 = geringe kulturelle Bedeutung bis 7 = hohe kulturelle Bedeutung)

Quelle: House et al. 2004

	Deutschland (West/Ost)	China	Mittelwert (Min./Max.)
Unsicherheitsvermeidung	5,22/5,16	4,94	4,16 (2,88/5,37)
Machtdistanz	5,25/5,54	5,04	5,17 (3,89/5,80)
Institutioneller Kollektivismus	3,79/3,56	4,77	4,25 (3,25/4,25)
Gruppen- und Familienkollektivismus	4,02/4,52	5,80	5,13 (3,53/6,36)
Geschlechtergleichheit	3,10/3,06	3,05	3,37 (2,50/4,08)
Durchsetzungsfähigkeit	4,73/4,55	3,76	4,14 (3,38/4,89)
Zukunftsorientierung	4,27/3,95	3,75	3,85 (2,88/5,07)
Leistungsorientierung	4,25/4,09	4,45	4,10 (3,20/4,94)
Zwischenmenschliches Verhalten	3,18/3,40	4,36	4,09 (3,18/5,23)

Obwohl Forschungsergebnisse darauf hinweisen, dass die Menschen in beiden Ländern eine starke Arbeitsorientierung besitzen, unterscheidet sich ihre gegenseitige Wahrnehmung in diesem Punkt deutlich. Die meisten Deutschen (73 %) gehen davon aus, dass den Chinesen ihre Arbeit wichtiger als ihre Freizeit ist. Mit Blick auf Deutschland sind die Chinesen eher geteilter Meinung. Während 42 % der Befragten der Auffassung sind, dass den Deutschen ihre Freizeit mehr bedeutet, gehen nahezu gleich viele (41 %) davon aus, dass den Deutschen die Arbeit wichtiger ist. Hier existiert eine Divergenz zwischen der chinesischen Wahrnehmung Deutschlands und der von der Wissenschaft vertretenen Erkenntnis.

11 Im Gegensatz zu den Ergebnissen in den beiden letzten Kapiteln – Politik und Wirtschaft – besteht hier ein großer Konsens zwischen der kulturellen Wertevorstellung der Chinesen und der Wahrnehmung der Kultur Chinas in Deutschland.

Zusammenfassend lässt sich beim Vergleich der chinesischen mit der deutschen Kultur feststellen, dass das deutsche Chinabild stark mit den traditionellen philosophisch-religiösen Wertevorstellungen Chinas übereinstimmt.¹¹ Dagegen lässt sich das Deutschlandbild Chinas nicht immer durch die geisteswissenschaftlichen und gesellschaftlichen Hintergründe sowie wissenschaftlichen Untersuchungen begründen. Insgesamt wird das Deutschlandbild Chinas von positiven Einschätzungen geprägt. Weitgehend wird Deutschland in China als ein Land der Dichter und Denker betrachtet. Auch werden mit Deutschland nicht vergleichbar starke negative historische Erfahrungen assoziiert wie mit anderen westlichen Ländern, etwa mit England, oder mit Japan. Deshalb wird Deutschland trotz seiner jüngsten Vergangenheit als ein sehr friedliches und tolerantes Land in China eingestuft (Klemm 2001). Das ist auch darin begründet, dass Deutschland im Gegensatz zu Japan durch seine aktive Vergangenheitsbewältigung positiv bewertet wird. Nicht zuletzt hat der intensive Wirtschafts- und Kulturaustausch zwischen beiden Ländern dazu beigetragen, dass Deutschland ein überaus positives Ansehen in China genießt.

7.3

7.3.1

Gesellschaftlicher Wandel Wahrnehmung

Nehmen Deutsche und Chinesen einen gesellschaftlichen Wandel im anderen Land wahr und wie bewerten sie den fremden Lebensstil?

Abb. 7.07
Lebensstil
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Orientiert sich Chinas
Mittelschicht eher am
westlichen Lebensstil oder
weiterhin eher am traditionell
chinesischen?

Fragstellung (CN):
Frage nicht gestellt.

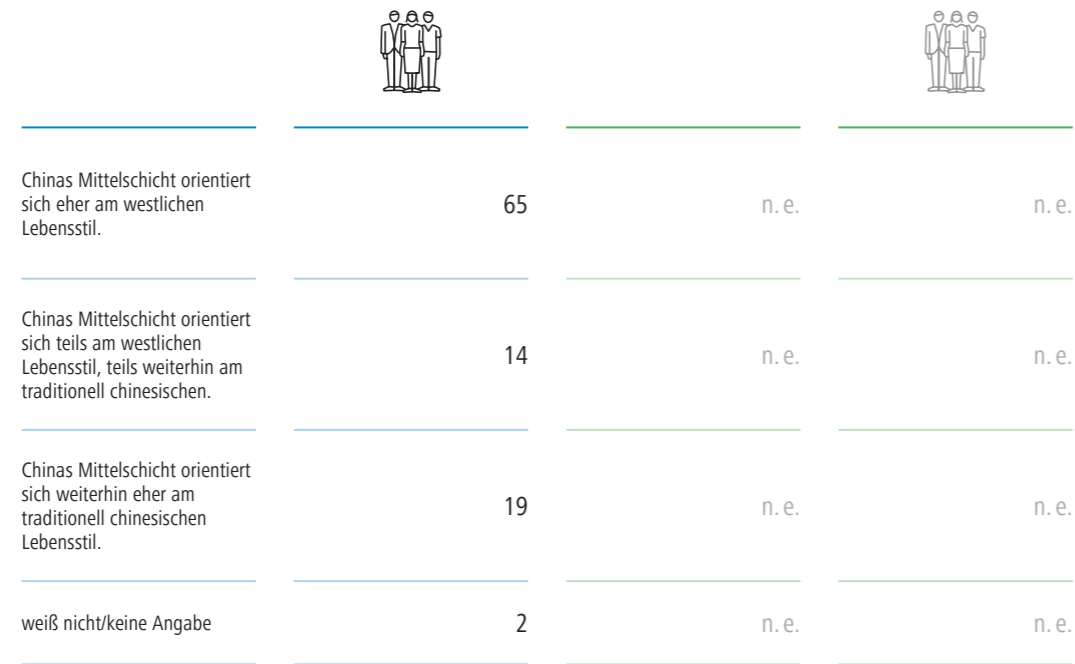


Abb. 7.09
Einschätzung des sozialen
Sicherungssystems heute
und in 15 Jahren
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Wo sehen Sie China
gegenwärtig und in 15 Jahren
bei der sozialen Absicherung
im weltweiten Vergleich?

Fragstellung (CN):
Wo sehen Sie Deutschland
gegenwärtig und in 15 Jahren
bei der sozialen Absicherung
im weltweiten Vergleich?

(1) Spitzengruppe
(5) Schlussgruppe
weiß nicht/keine Angabe

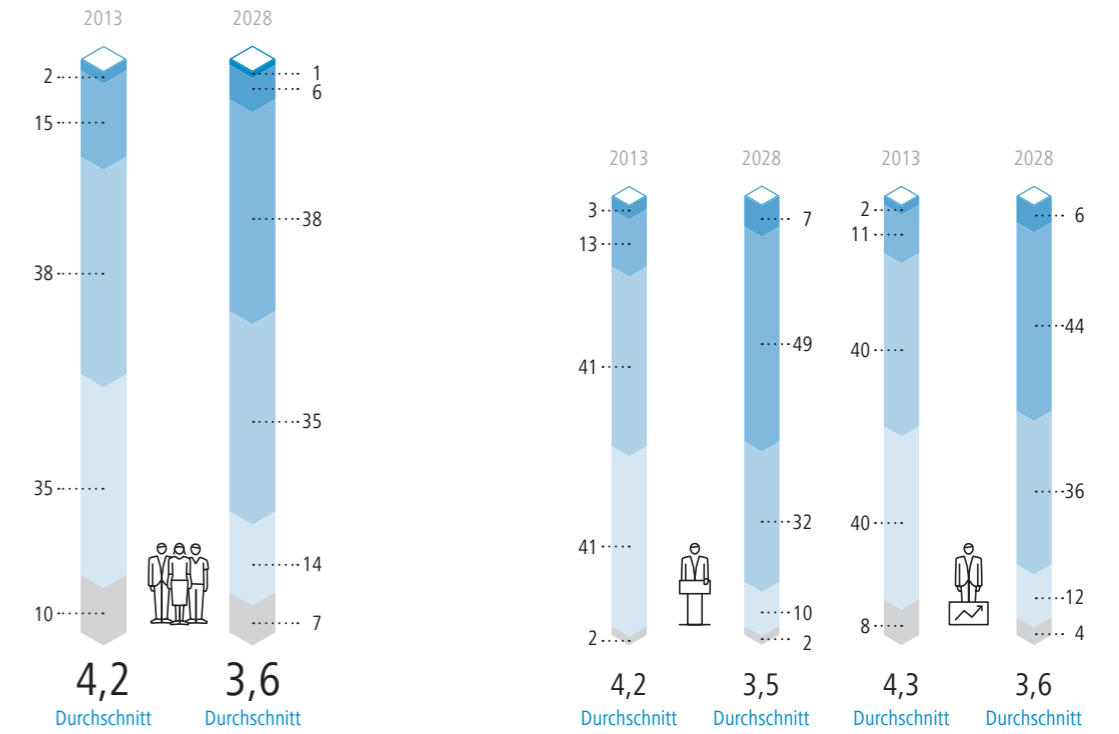


Abb. 7.08
Gesellschaftlicher Nutzen des
Wirtschaftswachstums
(Angaben in Prozent)

Fragstellung (DE):
Zu welchem Anteil profitiert
die Bevölkerung in China
von einem chinesischen
Wirtschaftswachstum?

Fragstellung (CN):
Zu welchem Anteil
profitiert die Bevölkerung
in Deutschland von
einem deutschen
Wirtschaftswachstum?

großer Anteil
teils, teils
geringer Anteil
weiß nicht/keine Angabe

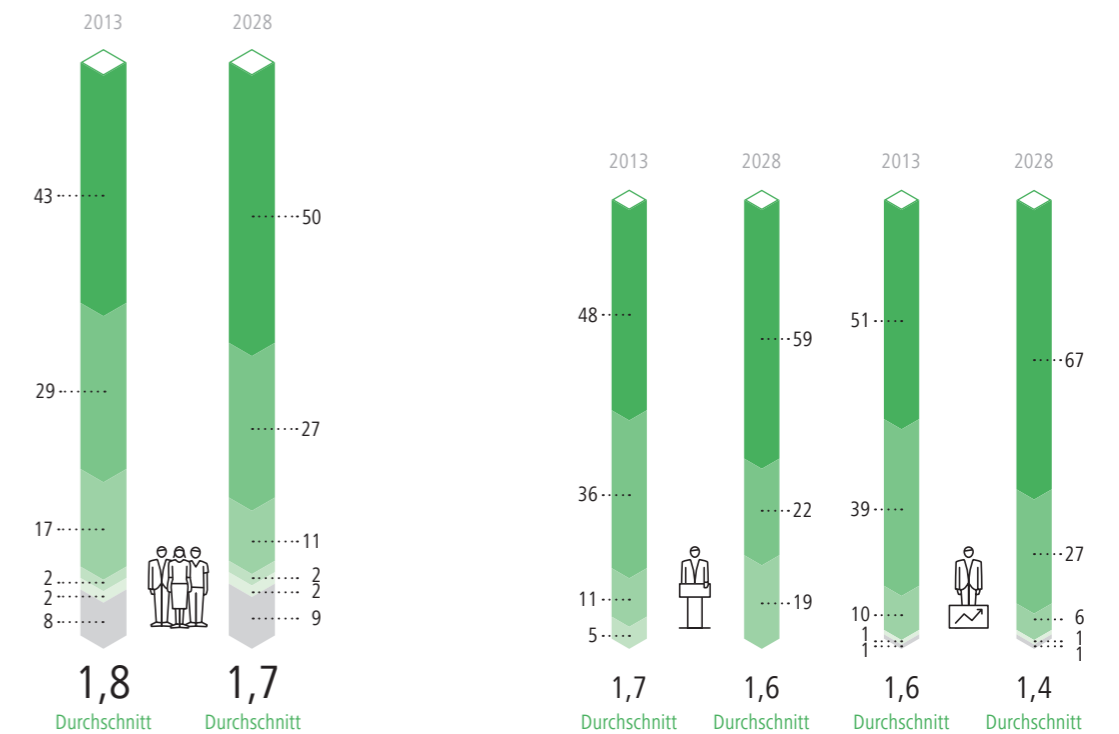
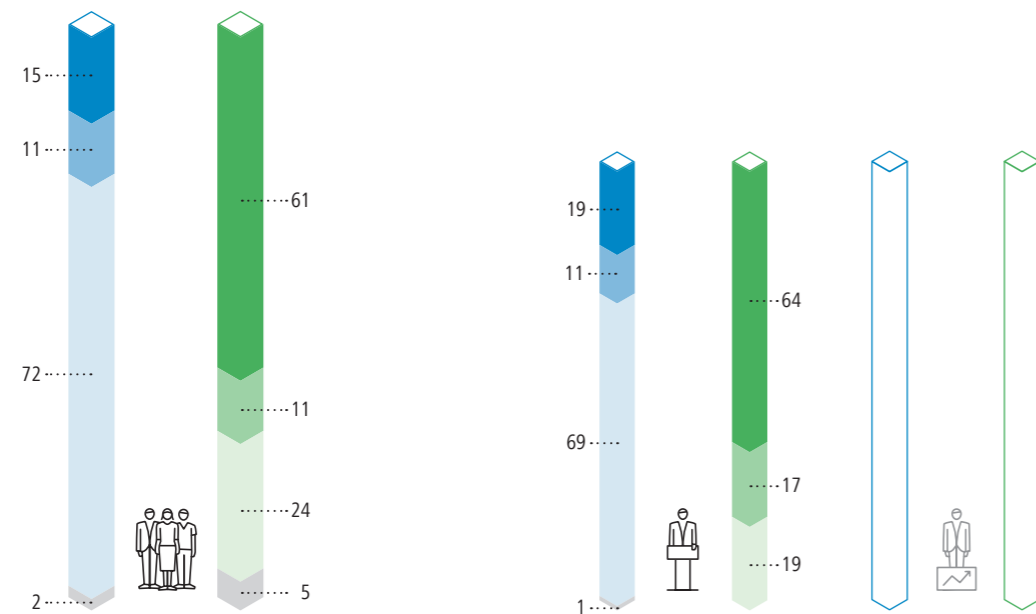


Abb. 7.10
Demografische Struktur der Gesellschaft
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Ist China durch ein schnelles Bevölkerungswachstum oder durch eine schnelle Alterung der Gesellschaft geprägt?

Fragestellung (CN):
Ist Deutschland durch ein schnelles Bevölkerungswachstum oder durch eine schnelle Alterung der Gesellschaft geprägt?







		
China ist geprägt durch ein schnelles Bevölkerungswachstum.	49	23
China ist teils durch schnelles Bevölkerungswachstum, teils durch schnelle Alterung der Gesellschaft geprägt.	15	12
China ist geprägt durch eine schnelle Alterung der Gesellschaft.	33	61
weiß nicht/keine Angabe	4	4

Abb. 7.11
Verhältnis zu neuen Technologien
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie verhalten sich Chinesen zu neuen Technologien?

Fragestellung (CN):
Wie verhalten sich Deutsche zu neuen Technologien?

				
Chinesen sind neuen Technologien gegenüber eher aufgeschlossen.	89	91	66	76
Chinesen sind neuen Technologien gegenüber teils aufgeschlossen, teils zurückhaltend.	6	6	9	7
Chinesen sind neuen Technologien gegenüber eher zurückhaltend.	4	4	21	18
weiß nicht/keine Angabe	1	0	3	0

7.3.2

Soziale und demografische Perspektiven

Deskription der Befragungsergebnisse:
Gesellschaftlicher Wandel

Der gesellschaftliche Wandel in China spiegelt sich zum Teil bereits im Chinabild Deutschlands wider. Die am meisten wahrgenommenen Veränderungen in China sind die soziale Ungleichheit (72 %) und eine starke Orientierung der chinesischen Mittelschicht am westlichen Konsumverhalten (65 %).

Noch überwiegt in Deutschland ein Chinabild, das auf Größe und Bevölkerungswachstum fokussiert ist (49 %). Die schnelle Alterung der chinesischen Gesellschaft wird jedoch bereits von einem Drittel der Befragten (33 %) in Deutschland erkannt.

Einordnung und Hintergrund:
Gesellschaftlicher Wandel

China ist ein Land im Umbruch, das einen tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandel in den letzten drei Jahrzehnten durchlebt hat. Dieser äußert sich vor allem in einer Veränderung der Werte und Normen, einer rasanten Urbanisierung, zunehmender sozialer Ungleichheit, einer schnellen Bevölkerungsalterung und in einem neuen Umgang mit den Medien. Damit verändert sich auch das Bild Chinas in der Außenwahrnehmung, das bislang im Wesentlichen durch jahrtausendealte Traditionen geprägt war.

Auslöser für den Wandlungsprozess ist der beeindruckende Wachstumsschub der chinesischen Wirtschaft, der zu einem Anstieg des gesamtgesellschaftlichen Wohlstandes und individuellen Lebensstandards geführt hat. Untersuchungen der Weltbank zufolge konnten rund 500 Mio. Chinesen von der absoluten Armut befreit werden. Doch gleichzeitig stellt die dynamische Wirtschaftsentwicklung die Gesellschaft vor eine Zerreißprobe. Eine der Schattenseiten des Wachstumskurses ist die enorme soziale Ungleichheit. Ein vergleichsweise kleiner Teil, bestehend aus der wirtschaftlichen und politischen Elite, steht einer breiten Masse – u. a. den Bauern und den sozial benachteiligten Wanderarbeitern – gegenüber. Die daraus resultierende Unzufriedenheit, die in Protesten, Streiks und öffentlichen Petitionen zum Ausdruck gebracht wird, nimmt zu. Einer Studie der University of Southern California zufolge sind die Menschen in China trotz des zunehmenden Wohlstandes weniger zufrieden als noch im Jahr 1990 (Focus 2012). Die soziale Ungleichheit wird auch in der Befragung der Deutschen zur Wahrnehmung Chinas als Phänomen erkannt. So sind die meisten Deutschen (72 %) der Ansicht, dass die soziale Schere in China weit auseinanderklafft.

Bis in die späten 1970er Jahre war China bezüglich der Einkommensverteilung eine der egalitärsten Gesellschaften weltweit. Allerdings war das wirtschaftliche Entwicklungsniveau Chinas zu der Zeit noch sehr niedrig. Seitdem ist jedoch die soziale Ungleichheit enorm gestiegen mit dem Ergebnis, dass China heute zu den Ländern mit den größten sozialen Unterschieden gehört. Während der Gini-Koeffizient, der die Ungleichverteilung in einer Gesellschaft zum Ausdruck bringen soll, im Jahr 1980 noch bei 0,31 lag, hat dieser im Jahr 2012 die als kritisch angesehene Grenze von 0,4 überschritten. Bei einem Wert von über 0,4 steigt nach Einschätzung von Wissenschaftlern der Vereinten Nationen (UN) die gesellschaftliche Instabilität. Nach jüngsten Angaben des Nationalen Statistikamtes Chinas lag der Gini-

Koeffizient in China im Jahr 2012 bei 0,47. Allerdings werden die offiziellen chinesischen Zahlen meist sehr kritisch betrachtet und als zu niedrig eingeordnet. So hatte eine Studie der Südwest-Universität für Finanzen und Wirtschaft in Chengdu (Hauptstadt der Provinz Sichuan) den alarmierend hohen Koeffizienten von 0,61 errechnet (Survey and Research Center for China Household Finance 2013). Scherzhaft wird der Gini-Koeffizient in China auch als „Lamborghini-Koeffizient“ bezeichnet, der eine Anspielung auf die schnell zunehmende Anzahl an Millionären ist.

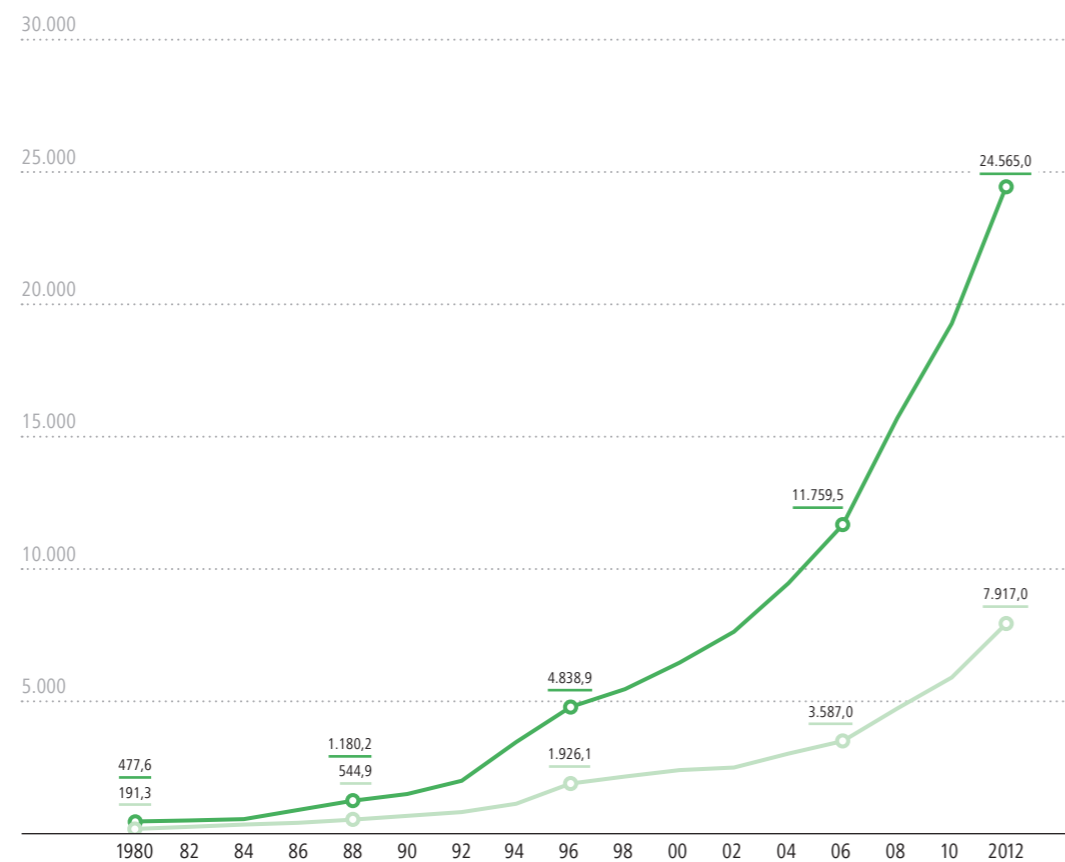
Das Gefälle von Stadt und Land

Auch wenn es immer wieder Diskussionen über die tatsächliche Höhe des Gini-Koeffizienten gibt, muss festgestellt werden, dass die soziale Ungleichheit in China in den letzten Jahrzehnten deutlich angestiegen ist. Dies lässt sich auch anhand des Gefälles zwischen Stadt und Land, den Einkommensunterschieden zwischen den Regionen und zwischen Arm und Reich festmachen.

Abb. 7.12
Vergleich durchschnittlicher Pro-Kopf-Einkommen der Stadt- und Landbevölkerung in China 1980–2012 (Angaben in CNY pro Jahr)

Quelle:
NBS (National Bureau of Statistics of China) Online-Datenbank

Stadtbevölkerung
Landbevölkerung



Die administrative Zweiteilung in Stadt- und Landbevölkerung wurde bereits 1958 mit dem System der Haushaltsregistrierung (户口 *hukou*-System) eingeführt. Das *hukou*-System ist die offizielle Wohnsitzkontrolle in China. Darin wird die Trennung in städtische und ländliche Haushalte festgeschrieben. Es diente damals zur Regulierung des Zugangs zu öffentlichen Gütern wie Bildung, sozialer Sicherung, Subventionen und sonstigen Ansprüchen. Während die städtische Bevölkerung vom Staat Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs zugeteilt bekam, musste sich die ländliche Bevölkerung (dies waren rund 80 % der damaligen Bevölkerung Chinas) selbst versorgen. Die städtische Bevölkerung besaß damit Privilegien, die für die Landbevölkerung nicht galten. Sie hatte Zugang zu vergleichsweise besseren städtischen Bildungseinrichtungen und war außerdem in das höher entwickelte städtische System der

Kranken- und Altersversorgung eingebunden (Gransow 2012). Mitte der 80er Jahre lockerte der Staat die Regularien des *hukou*-Systems. Damit wurde der Weg für die Abwanderung überschüssiger Arbeitskräfte aus dem ländlichen Raum in die Städte frei. Als billige Arbeitskräfte tragen sie seitdem wesentlich zur Entwicklung der städtischen Infrastruktur und des privaten Wirtschaftssektors in China bei. Jedoch sind sie als Nicht-Städter bis heute vom sozialen Sicherungssystem und anderen öffentlichen Gütern (z. B. Bildung) ausgeschlossen.

In den ländlichen Gebieten kam es zwar im Verlauf der Wirtschaftsreform zu einem Anstieg der Einkommen, doch stieg das soziale Gefälle zwischen Stadt und Land weiter an, wie der Vergleich des durchschnittlichen Pro-Kopf-Einkommens städtischer und ländlicher Haushalte verdeutlicht (Abb. 7.12). Während in den 1980er Jahren die durchschnittlichen Pro-Kopf-Einkommen beider Haushalte noch nah beieinander lagen, wuchs der Abstand ab Mitte der 1990er Jahre kontinuierlich. Das verfügbare Jahreseinkommen der Stadtbevölkerung betrug im Jahr 2012 durchschnittlich 24.565 CNY. Dagegen standen der Landbevölkerung im Jahr 2012 im Durchschnitt nur 7.917 CNY zur Verfügung. Das Stadt-Land-Gefälle macht also bis heute einen Großteil der Einkommensungleichheit in China aus.

Das Gefälle zwischen den Regionen

Eine weitere Dimension in der Einkommensverteilung ist die regionale Ungleichheit. Im Jahr 2012 wies die Stadt Shanghai mit 40.188 CNY das höchste Pro-Kopf-Einkommen auf. Der Wert liegt rund 60 % über dem städtischen Pro-Kopf-Durchschnittseinkommen und übertrifft das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen der Landbevölkerung sogar um das Fünffache. Hinter Shanghai liegt Peking mit einem Durchschnittseinkommen pro Kopf von 36.468,8 CNY an zweiter Stelle, gefolgt von der Provinz Zhejiang mit einem Durchschnittseinkommen pro Kopf von 34.550,3 CNY. Insgesamt gibt es acht Provinzen (einschließlich der regierungsunmittelbaren Städte Shanghai und Peking) mit einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Einkommen über dem städtischen Durchschnitt von 24.565 CNY. Die Provinzen befinden sich ausschließlich an der Ostküste Chinas. Das Schlusslicht bildet die Provinz Gansu im Nordwesten Chinas mit einem Durchschnittseinkommen pro Kopf von 17.156,9 CNY (NBS 2013).

Das Gefälle zwischen Arm und Reich

Es existiert nicht nur eine ungleiche Einkommensverteilung zwischen Stadt und Land sowie zwischen der reichen Ostküste und dem Rest des Landes; insgesamt ist in China die Ungleichheit zwischen der einkommensstarken und der einkommensschwachen Schicht deutlich gewachsen. Einer neuen Studie der Peking University zufolge lag das Einkommensverhältnis im Jahr 2012 zwischen den reichsten und den ärmsten fünf Prozent der Bevölkerung bei 234:1. Das Gesamteinkommen der ärmsten fünf Prozent der Bevölkerung stellte einen Anteil von 0,1 % am Gesamteinkommen des Landes dar. Dagegen verfügten 2012 die reichsten fünf Prozent der chinesischen Bevölkerung über 23,4 % des Gesamteinkommens (Institute of Social Science Survey 2013).

Wird nicht nur die Einkommensverteilung, sondern auch die Verteilung von Vermögen betrachtet, sind die Unterschiede in China vermutlich noch größer. Dem „Global Wealth Data-book 2011“ der Credit Suisse AG von 2011 zufolge verfügten zum ersten Mal in China mehr als eine Million Menschen über ein Vermögen von mehr als einer Million USD und über 5000 sehr wohlhabende Personen besaßen ein Vermögen von mehr als 50 Millionen USD (Credit Suisse 2011: 85). Nur in den USA gebe es mehr Millionäre, so der Bericht der Credit Suisse. Gleichzeitig lebt in China jeder Zehnte unter der Armutsgrenze, die seit dem Jahr 2011 mit 2.300 CNY pro Kopf und pro Jahr definiert ist.

Da bislang keine verlässlichen Daten über die Vermögenssituation der gesamten chinesischen Bevölkerung vorliegen, ist nicht bekannt, wie groß die tatsächliche Ungleichheit ist. Das wirtschaftliche Wachstum ist zusammenfassend also nicht gleichermaßen allen zugute gekommen. Diese Realität wird so auch von 72 % der Deutschen gesehen.

Im Vergleich zu China ist der Gini-Koeffizient für Deutschland deutlich niedriger. Dies liegt insbesondere an den Umverteilungswirkungen durch das Steuersystem. Auch im Vergleich zu anderen OECD-Staaten ist die Diskrepanz zwischen Arm und Reich in Deutschland vergleichsweise gering. Mit dem Gini-Koeffizienten von 0,31 befindet sich Deutschland im unteren Mittelfeld innerhalb der OECD-Staaten (Ginsburg 2013). Die in Deutschland praktizierte soziale Marktwirtschaft wird in China als ein Erfolgsmodell angesehen. Das spiegelt sich auch in der Wahrnehmung Chinas zu Deutschland wider. Mehr als die Hälfte der Chinesen (61 %) halten die sozialen Unterschiede in Deutschland für gering. Auch in der Zeit der globalen Wirtschafts- und Finanzmarktkrise (2008–2011) hat sich der Gini-Koeffizient in Deutschland praktisch nicht verändert, während in allen anderen großen Industriestaaten die Einkommen der reicheren Bevölkerung in den meist schrumpfenden Volkswirtschaften wuchsen. Bei der Einkommensverteilung hat sich die Schere zwischen Gut- und Niedrigverdienern in Deutschland zuletzt sogar etwas geschlossen. Während im Jahr 2008 das Einkommen des reichsten Fünftels der deutschen Bevölkerung fünfmal so hoch wie das des ärmsten Fünftels war, ist dieses Verhältnis im Jahr 2012 auf das Vierfache gesunken.

Soziale Mittelschicht

Mit dem hohen Wirtschaftswachstum in China ist eine Mittelschicht entstanden. In China wird der Begriff „Mittelschicht“ u. a. auf die „Schicht mittleren Einkommens“ (中等收入阶层 *zhongdeng shouru jiecieng*) bezogen. Die Vergrößerung der Mittelschicht hat sich die chinesische Regierung bereits auf dem 16. Parteitag im Jahr 2002 zum Ziel gesetzt. Hierdurch sollte die soziale Stabilität aufrechterhalten und die Schere zwischen Arm und Reich reduziert werden. In der kommunistischen Ideologie ist die Schaffung einer „klassenlosen Gesellschaft“ das höchste Ziel. Doch nach Einführung der Reform- und Öffnungspolitik wurde eine Differenzierung unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen deutlich. Seitdem rückt das Thema „soziale Schichten“ (zuvor „soziale Klassen“ genannt) immer mehr in die gesellschaftlichen Diskussionen. Seit Beginn des 21. Jahrhunderts wurde es auch zu einem wichtigen Bestandteil der soziologischen Forschung in China (Hefe/Dittrich 2011).

Über das Verständnis der „Mittelschicht“ wird in China kontrovers diskutiert. Im Jahr 2005 definierte das Nationale Statistikamt Chinas die Einkommensgrenzen für die „Schicht mittleren Einkommens“ mit einem jährlichen Haushaltseinkommen von 60.000 bis 500.000 CNY. Dies entspricht einer Spanne von ca. 7.000 bis 60.000 EUR. Diese Definition löste eine heftige Diskussion aus, da sie die starken regionalen Unterschiede vernachlässigte. Soziologen in China plädieren deswegen dafür, neben dem Einkommen noch weitere Kriterien wie Beruf, Bildung und Konsumverhalten für die Abgrenzung zwischen der „Schicht mittleren Einkommens“ und anderen Schichten einzubeziehen.

Aufgrund unterschiedlicher Definitionen einer Mittelschicht in China ist es schwierig, die tatsächliche Größe dieser Schicht darzustellen. Je nach Klassifizierung fällt der Anteil an der Gesamtbevölkerung unterschiedlich aus:

- Nach Schätzungen verschiedener chinesischer und internationaler Wissenschaftler zählt gegenwärtig rund ein Fünftel der Chinesen zur Mittelschicht (Hefe/Dittrich 2011).

- In einer McKinsey-Studie wurde das Durchschnittseinkommen von Brasilien und Italien als Unter- und Obergrenze zur Berechnung der Mittelschicht angenommen. Als weiteres Abgrenzungskriterium durften die Ausgaben für den täglichen Bedarf nicht mehr als 50 % des Einkommens übersteigen. Nach dieser Berechnung gehörten 2012 bereits 68 % der städtischen Haushalte Chinas zur Mittelschicht (Barton/Chen/Jin 2013).

Trotz dieser Differenzen in der Berechnung des Anteils der chinesischen Mittelschicht an der Gesamtbevölkerung wird für die Zukunft von allen Seiten eine anhaltende Ausdehnung der Mittelschicht in China prognostiziert.

Die Bedeutung der chinesischen Mittelschicht wird in erster Linie in der Rolle dieses Bevölkerungsanteils als kaufkräftige Konsumenten gesehen. Mit steigendem Wohlstand der Mittelschicht ändert sich auch ihr Konsumverhalten. Im konfuzianisch geprägten China legten die Menschen traditionell großen Wert auf Sparsamkeit. Auch die materielle Knappheit bis in die 1980er Jahre zwang Chinesen zu einem sparsamen Umgang mit Geld. Diese historisch begründete Verhaltensweise prägt jedoch die jüngere Generation zunehmend weniger als ältere Generationen. Sie sind in der Zeit nach der wirtschaftlichen Öffnung aufgewachsen, in der der Lebensstandard kontinuierlich zugenommen hat. Diejenigen, die über ein gutes Einkommen verfügen, können sich mehr leisten, als nur ihre grundlegenden Konsumbedürfnisse zu befriedigen. Dies führt dazu, dass sie sich zunehmend für Statussymbole wie Eigenheime, Autos und Luxusartikel interessieren, durch die sie sich auch von den anderen sozialen Schichten abgrenzen können. So gleichen sie sich den westlichen Konsumgewohnheiten immer mehr an. Dieses Verhalten wird im Westen durchaus auch so wahrgenommen. Fast zwei Drittel der Deutschen (65 %) sind der Meinung, dass sich Chinas Mittelschicht zunehmend am westlichen Lebensstil orientiert.

Mit der steigenden Kaufkraft chinesischer Konsumenten entdecken immer mehr internationale Unternehmen China als lukrativen Absatzmarkt. Schätzungen zufolge könnte die chinesische Mittelschicht im Jahr 2020 mit einem Anteil von 13 % an der globalen Konsumnachfrage die konsumstärkste Gruppe der Welt werden. Bereits heute ist China in einigen wichtigen Branchen zum größten Markt avanciert: So wurden 2012 mehr als 1,5 Mio. Personalfahrzeuge verkauft. China ist damit mittlerweile nicht nur der größte Absatzmarkt für Autos geworden, sondern auch der drittgrößte Absatzmarkt für Luxusfahrzeuge. Prognosen zufolge könnte China im Jahr 2017 weltweit der größte Absatzmarkt für Luxusfahrzeuge werden (A. T. Kearney 2013). Ein weiteres Beispiel ist der Markt für Mobilfunkgeräte. So gab es Ende März 2013 in China ca. 1,15 Mrd. Handynutzer. Dies entspricht einem Anteil von knapp 85 % der Gesamtbevölkerung Chinas. 71 % davon besitzen bereits ein Smartphone (MIIT 2013). Dies kann als ein Indiz dafür gewertet werden, dass die Chinesen offen gegenüber neuen Technologien sind. In der Befragung in Deutschland wird diese Charakterisierung des chinesischen Verhaltens ebenfalls wahrgenommen. Die meisten Befragten (89 %) stimmen zu, dass Chinesen neuen Technologien gegenüber aufgeschlossen sind.

Die Mittelschicht Chinas geriet bisher vor allem aufgrund ihrer zunehmenden Kaufkraft in den Fokus westlicher Beobachtung. Ihre auch zunehmende Rolle in politischen und gesellschaftlichen Belangen wird dagegen nur unzureichend wahrgenommen. Die Mittelschicht in China ist sich aber sehr wohl der sozialen und politischen Probleme bewusst, da sie einen größeren Zugang zu Informationen hat. Sie beteiligt sich beispielsweise verstärkt an Umweltaktivitäten (z. B. öffentliche Petitionen) und reagiert kritisch bei Fragen der Lebensmittel-

sicherheit sowie des Schutzes geistiger Eigentumsrechte. Auch die weiterhin in China verbreitete Sparsamkeit wird im Gegensatz zur steigenden Kaufkraft der chinesischen Mittelschicht in Deutschland nicht ausreichend wahrgenommen. Mit einer Sparquote der Privathaushalte von knapp 40 % weist China eine der weltweit höchsten Sparquoten auf. Eine Rolle spielt dabei die kulturell begründete Langfristorientierung der Chinesen. Die meisten Chinesen sparen, um sich gegen Unwägbarkeiten in der Zukunft abzusichern. Um für die materielle Sicherheit im Alter sowie im Falle einer Krankheit oder Arbeitslosigkeit zu sorgen, legen Chinesen einen großen Teil ihres verfügbaren Einkommens auf „die hohe Kante“. In der Befragung der Bevölkerung in Deutschland ist die Wahrnehmung hierzu gespalten. 37 % der Befragten halten Chinesen für eher sparsam, 29 % dagegen für konsumfreudig und weitere 29 % sind diesbezüglich unentschlossen. Interessant ist dabei, dass insbesondere von Befragten mit längeren Chinaaufenthalten angegeben wird, dass die Chinesen konsumfreudig seien. Es mag daran liegen, dass sich diese Befragten in China überwiegend in der noch konsumfreudigeren Küstenregion aufhalten und dort verstärkt Umgang mit Menschen aus der Mittelschicht haben.

Demografischer Wandel

China ist eines der größten Länder weltweit und mit 1,349 Mrd. Einwohnern (Stand Juli 2013) das bevölkerungsreichste Land der Welt. Bei der spontanen Assoziation zur Gesellschaft Chinas wurden die Größe und die Bevölkerungszahl des Landes entsprechend häufig genannt. Bemerkenswert an der demografischen Entwicklung Chinas ist vor allem der schnelle Anstieg älterer Bevölkerungsgruppen. 1979 wurde in China die Ein-Kind-Politik eingeführt. Damit sollte das rasche Bevölkerungswachstum eingedämmt werden. Dies führte dazu, dass sich gegenwärtig in China eine schnellere Alterung der Gesellschaft vollzieht als im Weltdurchschnitt. Noch überwiegt in Deutschland ein Chinabild, das auf Größe und Bevölkerungswachstum fokussiert ist. Knapp die Hälfte der Deutschen (49 %) nimmt an, dass China durch ein schnelles Bevölkerungswachstum geprägt ist. Ein Drittel (33 %) geht allerdings schon von einer schnelleren Alterung der Bevölkerung aus. Insbesondere diejenigen, die länger als einen Monat in China waren, vertreten die Meinung, dass China zunehmend mit dem Problem einer alternden Gesellschaft konfrontiert ist.

Die Ein-Kind-Politik wurde zu einer Zeit eingeführt, als die Bevölkerungszahl explosionsartig wuchs und ein Minimum an materieller Sicherheit nicht mehr garantiert werden konnte. Um wirtschaftliche Fortschritte zu erreichen, wurde von der Regierung das Gesetz verabschiedet, dass Paare in den Städten nur ein Kind bekommen dürfen. Paare auf dem Land durften ein zweites Kind bekommen, wenn das Erstgeborene ein Mädchen war. Diese Verordnung stieß im Westen auf heftige Kritik und löste negative Assoziationen aus. Nach westlichem Verständnis ist diese Bestimmung ein massiver Eingriff in die Privatsphäre und das Selbstbestimmungsrecht der Menschen.

Auch wenn die Ein-Kind-Politik bei ihrer Einführung als eine notwendige Maßnahme betrachtet wurde, gibt es heute verschiedene negative Auswirkungen. Abgesehen von sozialen Spannungen aufgrund der Zwangsmaßnahmen gibt es das Einzelkind-Problem, das insbesondere die Städte betrifft. Laut Statistik leben heute mehr als 140 Mio. Einzelkinder in China. Sie werden vor allem von Eltern und Großeltern verwöhnt und können oft wenig Sozialkompetenz entwickeln, so lautet das Ergebnis einer Studie der Monash University in Australien (Business Insider 2013). Eine weitere Folge ist das Ungleichgewicht zwischen den Geburtenzahlen der Mädchen und Jungen. In der chinesischen Tradition übernehmen primär Jungen die Altersversorgung der Eltern. Das erklärt, warum der Wunsch nach einem männlichen Nachkommen in China insbesondere im ländlichen Raum groß ist. Nach offiziellen chine-

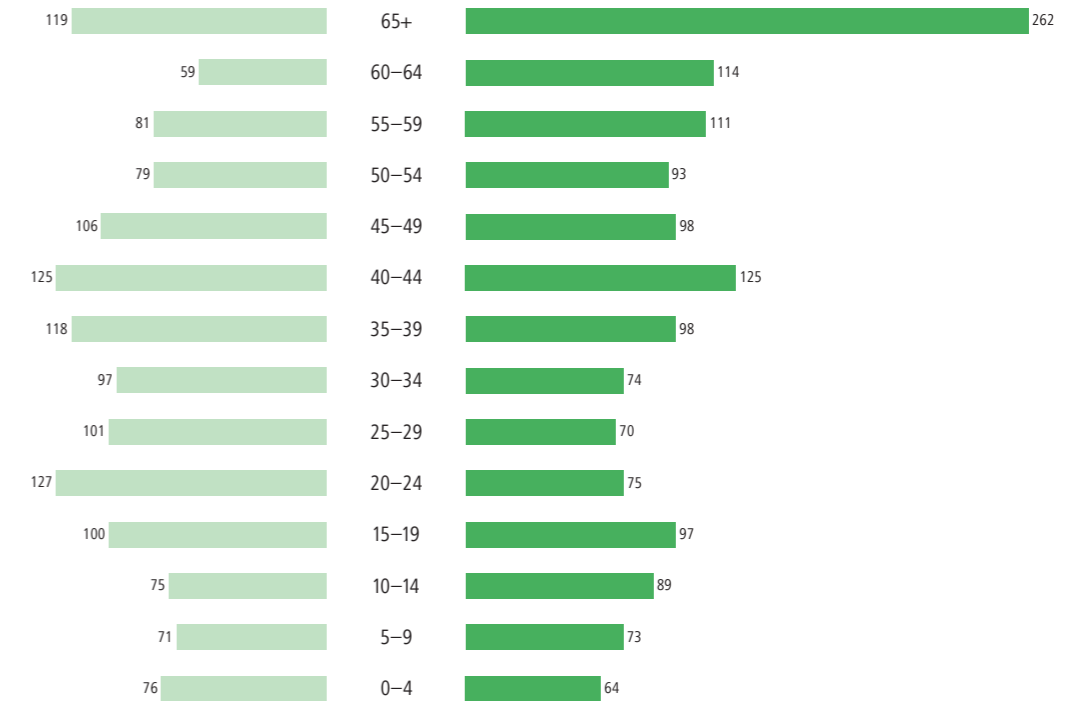
sischen Statistiken lag das Verhältnis zwischen neugeborenen Jungen und Mädchen im Jahr 2012 bei 117,70 zu 100 (NBS 2013). Dies hat zur Folge, dass es im Jahr 2020 ca. 24 Mio. mehr Männer als Frauen geben wird, die das Heiratsalter erreichen.

Die schnelle Alterung der Bevölkerung bringt viele Herausforderungen mit sich. Es gibt gegenwärtig kein Land, in dem sich die Alterspyramide so schnell verändert wie in China. Bis Ende 2012 sind 14,3 % der Bevölkerung (bzw. jeder siebte Chinese) über 60 Jahre alt. Die absolute Zahl der arbeitsfähigen Menschen zwischen 15 und 59 Jahren hat 2012 zum ersten Mal seit Beginn der Reform abgenommen – und zwar um 3,45 Mio. (NBS 2013). Das bedeutet einerseits eine enorme Belastung für das noch unterentwickelte Rentensystem, andererseits kann diese Entwicklung auch die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft einschränken. So kann mittelfristig erwartet werden, dass bei knapper werdendem Arbeitskräfteangebot die Arbeitskosten stärker steigen und mehr Technologie eingesetzt werden muss, um weitere Produktionsfortschritte zu erzielen.

Abb. 7.13 Altersstruktur in China 2010 und 2030 (Angaben in Mio.)

Quelle: UNDP (United Nations Development Programme) 2013: 69

2010
2030



¹ Bereits in der Vergangenheit gab es Schritte zur Lockerung der Ein-Kind-Politik. So durften Ehepaare ein zweites Kind bekommen, wenn beide Elternteile Einzelkinder waren. Mit der aktuellen Reform können Paare auch dann ein zweites Kind bekommen, wenn nur ein Elternteil Einzelkind ist.

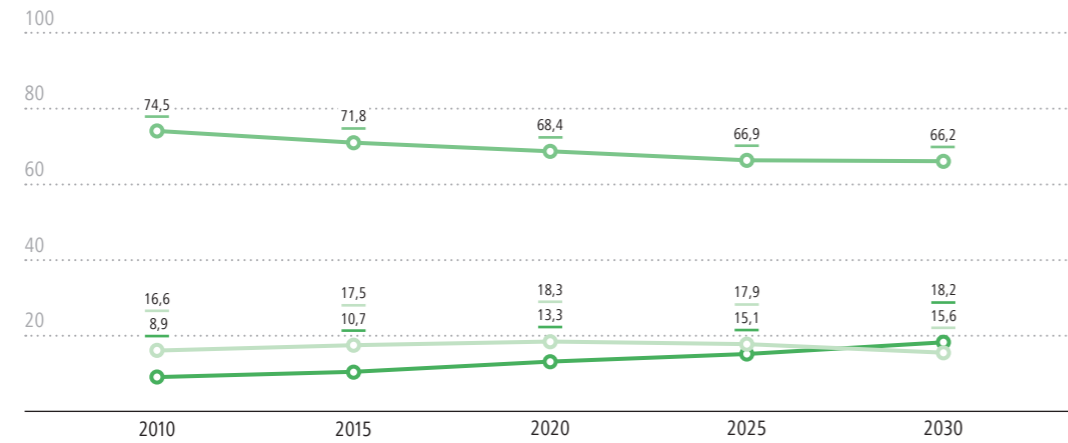
Die dramatische Veränderung der Bevölkerung spiegelt sich in der Geburtenzahl wider. Im Jahr 2012 lag die Geburtenrate in China bei 12,1 Geburten bezogen auf 1 000 Personen, während im Jahr 1970 noch 33,4 Geburten registriert wurden (NBS 2013). Auf immer weniger junge Menschen kommen somit immer mehr alte Menschen. In China spricht man vom „4-2-1-Phänomen“. Das heißt, dass ein Kind später zwei Eltern und vier Großeltern zu versorgen hat. Das Problem wird zukünftig noch deutlicher zunehmen. So wird prognostiziert, dass sich im Jahr 2030 die Zahl der Menschen im Alter von über 65 Jahren im Vergleich zu 2010 mehr als verdoppeln wird, während die Zahl der Menschen zwischen 15 und 64 Jahren deutlich abnehmen wird (s. Abb. 7.14). Auf dem 3. Plenum des 18. Zentralkomitees der Kommunistischen Partei Chinas im November 2013 wurde angekündigt, dass die Ein-Kind-Politik gelockert wird. Damit will die Regierung den negativen Auswirkungen des derzeitigen demografischen Wandels entgegenwirken.¹

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der soziale und demografische Wandel Chinas von den meisten Deutschen in der Befragung wahrgenommen wurde. Das wirtschaftliche Wachstum Chinas hat zu einem Anstieg des gesamtgesellschaftlichen Wohlstandes und des individuellen Lebensstandards geführt. Mit steigendem Wohlstand ist eine soziale Mittelschicht entstanden, die aufgrund ihrer starken Kaufkraft zunehmend in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung gerät. Gleichzeitig wird registriert, dass nicht alle Menschen in China vom Wirtschaftswachstum gleichermaßen profitiert haben. Die soziale Ungleichheit wird als groß eingeschätzt. Dagegen wird der schnelle Alterungsprozess der chinesischen Bevölkerung noch nicht von der Mehrheit der Deutschen erkannt.

Abb. 714
Voraussichtlicher Wechsel
der Altersstrukturen von
2010–2030
(Angaben in Prozent)

Quelle:
UNDP (United Nations
Development Programme)
2013: 69

65+
15–64
0–14



7.4
7.4.1

Bildung Wahrnehmung

Wie beurteilen Deutsche und Chinesen das Bildungssystem im anderen Land und wo ordnen sie es im internationalen Vergleich ein?

Abb. 7.15
Leistungsdruck im
Bildungssystem
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie ausgeprägt ist
der Leistungsdruck im
chinesischen Bildungssystem?

Fragestellung (CN):
Wie ausgeprägt ist
der Leistungsdruck im deutschen
Bildungssystem?



		
Das chinesische Bildungssystem setzt stärker als andere auf Leistungsdruck.	83	Das deutsche Bildungssystem setzt stärker als andere auf Leistungsdruck. 33
Das chinesische Bildungssystem setzt teils stärker, teils weniger stark als andere auf Leistungsdruck.	6	Das deutsche Bildungssystem setzt teils stärker, teils weniger stark als andere auf Leistungsdruck. 13
Das chinesische Bildungssystem setzt nicht stärker als andere auf Leistungsdruck.	7	Das deutsche Bildungssystem setzt nicht stärker als andere auf Leistungsdruck. 50
weiß nicht/keine Angabe	4	weiß nicht/keine Angabe 4

Abb. 7.16
Internationaler
Bildungswettbewerb
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Welche Position belegt China
im internationalen Vergleich?

Fragestellung (CN):
Welche Position
belegt Deutschland im
internationalen Vergleich?



		
China belegt im internationalen Bildungswettbewerb eine Spitzenposition.	52	Deutschland belegt im internationalen Bildungswettbewerb eine Spitzenposition. 76
China belegt im internationalen Bildungswettbewerb teils eine Spitzenposition, teils hinkt es hinterher.	21	Deutschland belegt im internationalen Bildungswettbewerb teils eine Spitzenposition, teils hinkt es hinterher. 12
China hinkt im internationalen Bildungswettbewerb hinterher.	18	Deutschland hinkt im internationalen Bildungswettbewerb hinterher. 10
weiß nicht/keine Angabe	9	weiß nicht/keine Angabe 3

Abb. 7.17
Studium und Arbeit im
Ausland
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie ausgeprägt ist die
Bereitschaft der Chinesen, im
Ausland zu studieren oder zu
arbeiten?

Fragestellung (CN):
Wie ausgeprägt ist die
Bereitschaft der Deutschen, im
Ausland zu studieren oder zu
arbeiten?







		
Chinesen zeigen eine hohe Bereitschaft, im Ausland zu studieren oder zu arbeiten.	83	Deutsche zeigen eine hohe Bereitschaft, im Ausland zu studieren oder zu arbeiten. 60
Chinesen zeigen teils eine hohe, teils keine hohe Bereitschaft, im Ausland zu studieren oder zu arbeiten.	9	Deutsche zeigen teils eine hohe, teils keine hohe Bereitschaft, im Ausland zu studieren oder zu arbeiten. 12
Chinesen zeigen keine hohe Bereitschaft, im Ausland zu studieren oder zu arbeiten.	6	Deutsche zeigen keine hohe Bereitschaft, im Ausland zu studieren oder zu arbeiten. 23
weiß nicht/keine Angabe	3	weiß nicht/keine Angabe 4

Abb. 7.18
Bildungssystem und
Wettbewerbsfähigkeit
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie wirkt sich das chinesische
Bildungssystem auf die
Wettbewerbsfähigkeit Chinas
aus?

Fragestellung (CN):
Wie wirkt sich das deutsche
Bildungssystem auf die
Wettbewerbsfähigkeit
Deutschlands aus?

				
Das chinesische Bildungssystem wirkt sich positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit Chinas aus.	66	56	Das deutsche Bildungssystem wirkt sich positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands aus. 54	65
Das chinesische Bildungssystem wirkt sich teils positiv, teils weniger positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit Chinas aus.	12	21	Das deutsche Bildungssystem wirkt sich teils positiv, teils weniger positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands aus. 12	10
Das chinesische Bildungssystem wirkt sich weniger positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit Chinas aus.	15	18	Das deutsche Bildungssystem wirkt sich weniger positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands aus. 29	26
weiß nicht/keine Angabe	7	7	weiß nicht/keine Angabe 5	0

 Deskription der
 Befragungsergebnisse:
 Bildung

Bildung hat in China einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert. So ist der soziale Aufstieg vor allem von einem guten Bildungsabschluss abhängig, den alle Eltern für ihre Kinder anstreben. Damit stehen Schüler und Studierende unter einem hohen Leistungsdruck. In der deutschen Wahrnehmung spiegelt sich dieser Zusammenhang wider. Die meisten Befragten (83 %) verbinden mit dem chinesischen Bildungssystem einen starken Leistungsdruck.

Gleichzeitig wird das chinesische Bildungssystem von den Deutschen als effektiv angesehen. So ist die Mehrheit der Politiker (66 %) und Wirtschaftsentscheider (56 %) der Meinung, dass sich das chinesische Bildungssystem positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit Chinas auswirkt. Die Hälfte (52 %) verortet China bereits in einer Spitzenposition im internationalen Vergleich. Hierzu scheint die Wahrnehmung einer hohen Mobilität der chinesischen Studierenden beigetragen zu haben. So glauben die meisten Befragten (83 %), dass Chinesen eine hohe Bereitschaft zeigen, im Ausland zu studieren oder zu arbeiten.

Die Wahrnehmung des deutschen Bildungssystems in China ist weitaus positiver. Die meisten Chinesen (76 %) sehen Deutschland im internationalen Bildungsvergleich in einer Spitzenposition, obwohl die deutschen Schüler bei der PISA-Studie 2009 und 2012 nur mittelmäßig abschnitten.

 Einordnung und Hintergrund:
 Bildung

Traditionell wird der Bildung in China ein sehr hoher Stellenwert eingeräumt. Der Bildungsweg spielt eine wichtige Rolle beim gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Aufstieg. Im konfuzianisch geprägten China wurden Beamte über den Bildungsweg rekrutiert. Die zu Beginn des zweiten Jahrtausends verfestigte Form der Elitenrekrutierung – das Beamtenprüfungssystem – diente sogar als ein Vorbild sowohl für das französische Staatsprüfungssystem als auch für den britischen Civil Service im 19. Jahrhundert. Vorherrschend war die Tradition, dass der Bildungserfolg einzelner männlicher Familienmitglieder den sozialen Aufstieg der ganzen Familie ermöglichte. Diese traditionelle Denkweise ist bis heute in den Köpfen der Menschen verankert. Den Kindern wird nach wie vor vermittelt, dass die Bildung unabdingbar für einen sozialen Aufstieg ist. Zusätzlich wird diese Denkweise von einem Wertesystem unterstützt, das auf Fleiß und Disziplin setzt.

In China wird der Lernerfolg häufig als ein gemeinschaftlicher Erfolg verstanden, als eine Leistung auch derjenigen, die mit dem Lernenden in einer direkten Beziehung stehen, z. B. Eltern, Verwandte und Lehrende. In der heutigen Gesellschaft, insbesondere in der städtischen Mittelschicht, lässt sich allerdings eine starke Betonung der Verbindung von individuellem Erfolg und gesellschaftlicher Anerkennung beobachten: Das eigene Kind soll mehr können als andere, zumindest aber so viel wie die Kinder aus dem unmittelbaren Umfeld. Daher soll das eigene Kind sehr häufig zur Steigerung seiner gesellschaftlichen Anerkennung auch gesellschaftlich hoch angesehene Aktivitäten verfolgen wie Sport, Malerei und vor allem das Spielen

eines Musikinstrumentes. Damit besitzen Lernen und Bildung insgesamt in China einen auch heute weiter zunehmenden Stellenwert.

Pädagogischen Prinzipien in Deutschland zufolge stehen Persönlichkeitsentwicklung und Bildung von sozialer Kompetenz im Vordergrund. In China dagegen ist der Lernerfolg, der überwiegend anhand von Noten bewertet wird, entscheidend. Schüler, aber auch Eltern, sind einem extrem hohen Leistungsdruck ausgesetzt. Oft geraten sie an ihre Grenzen (körperlich und finanziell), um gute Noten bei Prüfungen erreichen zu können. Zusammen mit Mängeln im Krankenversicherungssystem und der prekären Wohnsituation bildet der schulische Leistungsdruck einen der sogenannten „drei Berge“ (三座大山 *san zuo dashan*). Diese Bezeichnung stammt noch aus Maos Zeiten und bezog sich ursprünglich auf Imperialismus, Feudalismus und Kapitalismus als die „drei Berge“, unter denen die Bevölkerung zu leiden hatte. In westlichen Medien und gesellschaftlichen Diskussionen werden Begriffe wie „Pauken“, „Drillen“ oder „Druck ausüben“ schon seit geraumer Zeit zur Beschreibung des chinesischen Bildungssystems herangezogen. Spätestens seit die Autorin Amy Chua ihr Buch „Die Mutter des Erfolgs: Wie ich meinen Kindern das Siegen beibrachte“ veröffentlichte, haben sich diese Begriffe in der Wahrnehmung der meisten Menschen im Westen verfestigt. Auch das Ergebnis der Befragung in Deutschland weist Übereinstimmungen dazu auf. So verbinden 83 % der Deutschen mit Chinas Bildungssystem einen starken Leistungsdruck.

Auf der nationalen Ebene wird Bildung als wichtiges Instrument für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg Chinas betrachtet. Ziel der Politik ist es, die Bildung in Breite und Spitze nachhaltig zu verbessern. Dieses Vorhaben lässt sich auch aus den stetig wachsenden Bildungsausgaben Chinas ablesen (s. Abb. 7.19). So haben sich im Zeitraum von 2001 bis 2011 die absoluten Bildungsausgaben (Ausgaben für Bildungseinrichtungen aus öffentlichen und privaten Quellen zusammen) verfünffacht. Der Anteil am Bruttoinlandsprodukt ist damit von 4,2 % im Jahr 2001 auf 5,0 % im Jahr 2011 gewachsen. Werden nur die öffentlichen Ausgaben für Bildung am BIP betrachtet, stiegen diese von 2,8 % im Jahr 2001 auf 3,9 % im Jahr 2011.

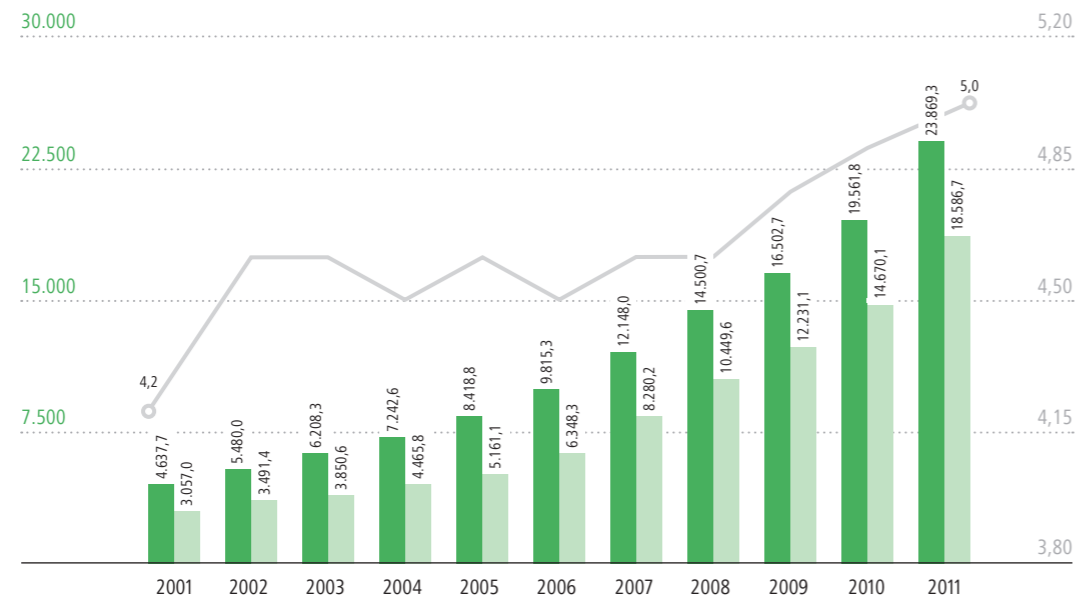
Trotz der beachtlichen Steigerungsrate lagen die öffentlichen Ausgaben Chinas für Bildung im Jahr 2011 mit 3,9 % des Bruttoinlandsprodukts deutlich unter dem Durchschnitt der OECD-Staaten. In Deutschland belief sich der Anteil bereits im Jahr 2010 auf rund 7,0 %. Zusammen mit Forschung und Wissenschaft hat Deutschland im Jahr 2011 ca. 245 Mrd. EUR investiert – dies entspricht 9,5 % des Bruttoinlandsprodukts; 137 Mrd. EUR entfielen dabei auf die Erstausbildung in Kindergärten, Schulen und Hochschulen (einschließlich Hochschulausgaben für Forschung und Entwicklung) sowie auf die duale Ausbildung. In absoluten Zahlen investiert China zwar mehr in die Bildung als Deutschland (2011 umgerechnet ca. 290 Mrd. EUR), aber verteilt auf die gesamten Schüler und Studierenden des Landes (ca. 314 Mio.) liegen die Ausgaben pro Schüler bzw. Studierendem in China sehr deutlich hinter denen Deutschlands (ca. 14 Mio.). Bei einer Aufteilung der gesamten Bildungsausgaben auf

die Anzahl der Schüler und Studierenden in China betragen die Ausgaben pro Kopf ca. 950 EUR. Dies entspricht einem prozentualen Anteil von knapp 10 % der Pro-Kopf-Bildungsausgaben in Deutschland (ca. 9.700 EUR).

Abb. 719
Bildungsausgaben in China
2001–2011

Quelle:
NBS (National Bureau of
Statistics of China) (Online-
Datenbank)

■ Gesamte Ausgaben für
Bildung
(in 100 Mio. CNY)
■ Öffentliche Ausgaben für
Bildung (in 100 Mio. CNY)
■ Anteil der gesamten
Bildungsausgaben am BIP
(in Prozent)



Dass die Bildung in China dennoch international Erfolge erzielt, liegt im Wesentlichen daran, dass sich der private Bildungssektor als zweites Standbein der Bildung etabliert hat. Hierbei wird auf die Kommerzialisierung und Internationalisierung gesetzt. Der nicht staatliche Anteil im Jahr 2011 lag bei ca. 22 % der Gesamtausgaben für Bildung. Er wird von Firmen, gesellschaftlichen Organisationen und Privatpersonen aufgebracht. Es ist aber anzunehmen, dass die tatsächlichen Privatausgaben für Bildung um ein Vielfaches höher ausfallen, da – wie bereits zu Beginn des Kapitels erläutert – die Bereitschaft der privaten Haushalte der Mittel- und Oberschicht, ihren Kindern eine sehr gute Bildung zu finanzieren, sehr hoch ist. Einer neuen Studie in China zufolge, gibt ein städtischer Haushalt durchschnittlich 30,1 % seines Einkommens für die Bildung seiner Kinder aus (Xinhuanet 2012). Dieses Engagement gepaart mit dem Willen, einen sozialen Aufstieg durch den Bildungserfolg zu erreichen, kann somit als das Geheimnis des chinesischen Bildungserfolgs angesehen werden.

Im Jahr 2009 führte die PISA-Studie mit einem überraschenden Ergebnis zu größeren Diskussionen. Während in den vorherigen Studien lediglich Schüler aus Hongkong an der Studie teilnahmen, enthielt die PISA-Studie 2009 erstmalig Ergebnisse von Festlandchina (Shanghai). Die Leistungsergebnisse sorgten gleich bei der ersten Teilnahme für erhebliches Aufsehen. In allen drei Kategorien (Mathematik, Naturwissenschaften und Leseverständnis) belegten die Schüler aus Shanghai den ersten Platz. Überraschend war die Feststellung, dass die chinesischen Schüler bei den komplexen Aufgaben besser abschnitten als bei den einfachen Anforderungen. In der neu veröffentlichten PISA-Studie von 2012 erzielt China (Shanghai) erneut die besten Ergebnisse in allen drei Bereichen.

Das oben genannte Ergebnis darf allerdings nicht als Qualitätsbewertung des gesamten Bildungssystems in China herangezogen werden. So ist der Bildungsgrad der chinesischen

Bevölkerung insgesamt noch als niedrig einzustufen. Laut offiziellen Statistiken hat die Analphabetenrate zwar von rund 16 % im Jahr 1990 auf 4,1 % im Jahr 2010 abgenommen, aber es existieren erhebliche Unterschiede zwischen der Stadt- und der Landbevölkerung. 2004 betrug die Analphabetenrate in den Städten 4,91 %, während sie auf dem Land 10,71 % erreichte. In der Eliteausbildung macht China jedoch bemerkenswerte Fortschritte. Im Hochschulranking 2013 des international renommierten Unternehmens Quacquarelli Symonds (QS) gehören drei chinesische Universitäten zu den Top-100. In der Untersuchung von QS wurden 800 Universitäten weltweit bewertet und dabei 30 000 Arbeitgeber und 62 100 erfolgreiche Akademiker befragt. Auch weitere Kriterien wie Zitationen in Fachzeitschriften, das Verhältnis zwischen Lehrenden und Studierenden sowie Anzahl und Anteil ausländischer Studierender und Professoren wurden bei der Bewertung berücksichtigt. Zu den Top-100 gehören die Peking University (Platz 46), die Qinghua Universität (Platz 48) und die Fudan Universität (Platz 88). Drei deutsche Universitäten sind ebenfalls unter den Top-100 zu finden. Die Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg belegte Platz 50, die Technische Universität München Platz 53 und die Ludwig-Maximilians-Universität München Platz 65 (QS World University Rankings 2013).

Die internationalen Bildungserfolge Chinas in der jüngeren Vergangenheit werden in Deutschland durchaus wahrgenommen. Etwa die Hälfte der Befragten (52 %) sieht China bereits im internationalen Vergleich in einer Spitzenposition. Die Stärke des chinesischen Bildungssystems wird in Deutschland überwiegend positiv gesehen: So vertreten 66 % der deutschen Politiker und 56 % der Wirtschaftsentscheider die Meinung, dass sich das chinesische Bildungssystem positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirkt. Gleichzeitig existiert weiterhin ein verfestigtes Bild in den Köpfen der Menschen im Westen: Geringe Kreativität und mangelnde Neugier bestimmten das Bild des Lernens in China. So wird unterstellt, dass die Schüler und Studierenden in erster Linie auswendig lernen und ihnen die Fähigkeit fehlt, selbstständig oder im Team zu arbeiten. Die chinesische Gesellschaft nimmt diese Sichtweise ernst und übt selbst Kritik. Argumentiert wird, dass das Bildungssystem zu sehr auf Prüfungsergebnisse fokussiert ist und die chinesischen Schüler einem zu hohen Arbeits- und Leistungsdruck ausgesetzt werden. Die Regierung hat auf diese Kritik reagiert und u. a. beschlossenen Wettbewerbe in Mathematik abzuschaffen. Diese Veränderung steht im Gegensatz zu den Forderungen der PISA-Studie, die auf mehr internationale Wettbewerbe setzt. Aus diesem Grund hält sich die Begeisterung für die PISA-Studie bzw. die Ergebnisse der Shanghaier Schulen in Grenzen. Zusammenfassend ist anzumerken, dass im Bildungssystem zwar durchaus noch Frontalunterricht bis hin zum Drill vorherrscht, dass aber auch Veränderungen im Gang sind. Diese werden nicht zuletzt in dem zunehmend intensiveren Bildungsaustausch mit dem Ausland deutlich.

Mit dem wachsenden Wohlstand ist auch das Interesse an einem Auslandsstudium größer geworden, insbesondere bei der städtischen Mittelschicht. Von 1978 bis Ende 2012 waren insgesamt mehr als 2,6 Mio. Studierende aus China im Ausland registriert. Im Jahr 2011 begannen ca. 340 000 junge Chinesen ihr Auslandsstudium. Das entsprach 14 % der weltweiten Auslandsstudierenden. 2012 ist die Anzahl der Neuanfänger nochmal gestiegen und umfasste ca. 400 000 Studenten, ein Anstieg von 17,65 % im Vergleich zu 2011. China entsendet damit weltweit die größte Zahl an Studierenden ins Ausland (Bildung China Online 2013).

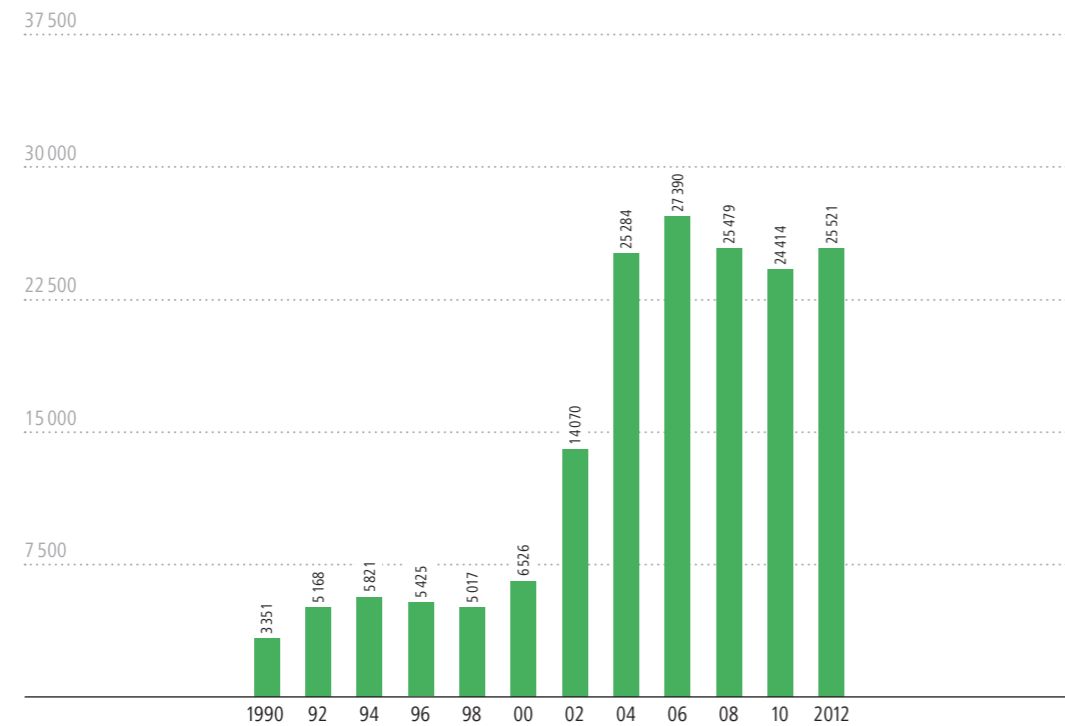
Auch in Deutschland bilden Chinesen die größte Gruppe ausländischer Studierender. 2012 waren an deutschen Universitäten rund 26 000 chinesische Studierende immatrikuliert. Dieser

Trend wird durchaus von vielen in Deutschland beobachtet. Ein Großteil der Befragten (83 %) ist davon überzeugt, dass die Chinesen eine hohe Bereitschaft mitbringen, im Ausland zu studieren oder zu arbeiten.

Die Wahrnehmung des deutschen Bildungssystems in China hat keinen Bezug zu den Ergebnissen der PISA-Studie, sondern ist weitaus positiver. Obwohl die deutschen Schüler bei der PISA-Studie 2009 und 2012 nur mittelmäßig abschnitten, sehen die meisten Chinesen (76 %) Deutschland im internationalen Bildungsvergleich in einer Spitzenposition. Ein Grund dafür könnte sein, dass der Unmut der Menschen in China über das Bildungssystem in ihrem eigenen Land zu einer positiveren Bewertung eines anderen Systems führt. Eine weitere Begründung mag in dem generell positiven Ansehen Deutschlands liegen.

Abb. 7.20
Anzahl der chinesischen Studierenden in Deutschland 1990–2012

Quelle:
DAAD (Deutscher Akademischer Auslandsdienst) 2013a, 2013b



Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Bildung in China einen sehr hohen gesellschaftlichen Stellenwert besitzt, da der soziale Aufstieg vor allem vom Bildungserfolg abhängig ist. Damit stehen sowohl die Lernenden als auch ihre Familien unter einem enormen Leistungsdruck, was sich so auch in der deutschen Wahrnehmung widerspiegelt. Gleichzeitig wird das chinesische Bildungssystem von den Befragten in Deutschland als effektiv angesehen, da es sich positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirkt. Der internationale Erfolg der Elitenausbildung Chinas hat die Wahrnehmung der Menschen in Deutschland stark geprägt. Die hohe Mobilität der chinesischen Studierenden wird als Beispiel hierfür positiv bewertet.

7.5 7.5.1

Einstellung zur anderen Kultur Wahrnehmung

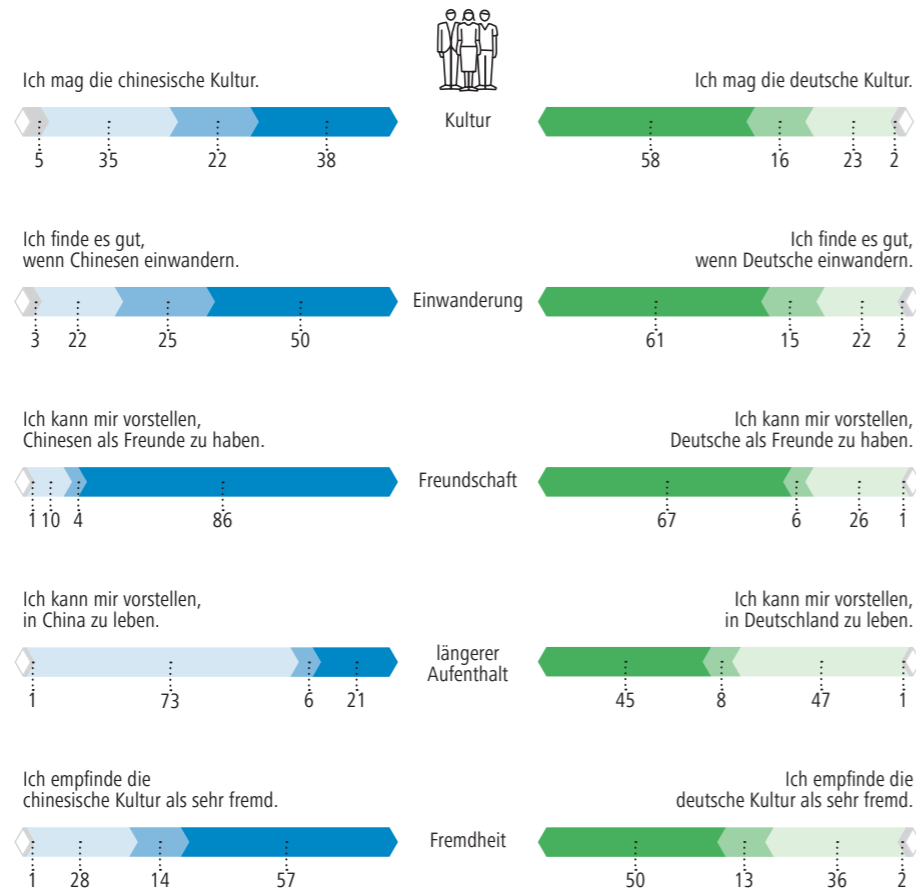
Zwischen Nähe und Fremdheit: Wie empfinden Deutsche und Chinesen die jeweils andere Kultur und wie bewerten sie Fragen der Integration?

Abb. 7.21
Persönliche Einstellung zur anderen Kultur
(Angaben in Prozent)

Fragestellung (DE):
Wie nehmen Sie die chinesische Kultur im Hinblick auf folgende Aussagen wahr?

Fragestellung (CN):
Wie nehmen Sie die deutsche Kultur im Hinblick auf folgende Aussagen wahr?

- stimme zu
- teils, teils
- stimme nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe



7.5.2

Zwischen Begeisterung und Distanz

Deskription der Befragungsergebnisse:
Einstellung zur anderen Kultur

Das Interesse an der chinesischen Kultur führt nicht automatisch dazu, dass eine Nähe zu dieser Kultur empfunden wird. Mehr als die Hälfte der befragten Bevölkerung in Deutschland interessiert sich für die chinesische Kultur (55 %) (s. Kap. 4.1, Abb. 4.03), ebenso viele (57 %) empfinden die Kultur als fremd. Junge Menschen haben deutlich weniger Berührungspunkte mit der chinesischen Kultur als ältere Menschen.

Knapp die Hälfte der Chinesen haben ein Interesse an der deutschen Kultur (49 %) (s. Kap. 4.1, Abb. 4.03). Die Mehrheit (58 %) mag die deutsche Kultur. Allerdings empfindet auch die Hälfte der Befragten (50 %) die deutsche Kultur als fremd.

Einordnung und Hintergrund:
Einstellung zur anderen Kultur

Kultur besteht – vereinfacht ausgedrückt – einerseits aus einer unsichtbaren Ebene, die Grundannahmen, Werte, Normen, Einstellungen sowie Überzeugungen umfasst und den tieferliegenden Bestandteil von Kultur ausmacht. Andererseits besteht Kultur aus einer sichtbaren und gleichzeitig wahrnehmbaren Ebene, die etwa Verhaltensweisen und Artefakte beinhaltet. Diese können jedoch nur verstanden werden, wenn Kenntnisse über die tieferliegenden, identitätsstiftenden Werte und Normen vorhanden sind. Aus der fehlenden Kenntnis und mangelnden Vertrautheit entsteht Fremdheit (im Sinne von Andersartigkeit). So lassen sich die Merkmale der chinesischen Kultur erst in Verbindung mit den philosophisch-religiösen Traditionen verstehen. Ebenso ist die westliche Kultur ohne den Hintergrund der christlichen Prägung nur schwer zu begreifen.

China verfügt über eine sehr lange Kulturgeschichte, die viele Menschen in Deutschland fasziniert. Das haben 55 % der Deutschen bestätigt. Dies trifft insbesondere auf die ältere Generation zu, auf Menschen mit einem hohen Bildungsniveau sowie auf Deutsche mit einem längeren Aufenthalt in China. Dabei sind es vor allem die symbolträchtigen Bauwerke wie die große Mauer, die die Befragten spontan mit China verbinden. Auch das Wissen über chinesische Philosophien wie beispielsweise das taoistische Prinzip „Yin und Yang“ und die konfuzianische Konsenskultur (als Gegensatz zur westlichen Streitkultur) wird als eine Bereicherung angesehen. Es kann vermutet werden, dass deshalb Chinesen als höflich und friedlich wahrgenommen werden. Dies mag ein Grund dafür sein, dass sich die überwiegende Mehrheit der deutschen Bevölkerung (86 %) vorstellen kann, mit Chinesen befreundet zu sein. Die Hälfte der Befragten (50 %) befürwortet zudem eine Einwanderung von Chinesen nach Deutschland. Nur weniger als ein Viertel (22 %) lehnt dies explizit ab.

In Zeiten der Globalisierung wird nicht nur der Konsummarkt in Deutschland von chinesischen Produkten überflutet, sondern es werden auch Kulturgüter importiert. Chinesische Kunst, Literatur, Sprachkurse und chinabezogene Bildungsprogramme werden zunehmend in Deutschland angeboten. Insbesondere junge Menschen sind mit vielfältigen kulturellen Einflüssen aus dem Ausland konfrontiert, auch aus China. Für die jüngere Generation in Deutschland ist China nicht mehr nur „chinesisches Essen“, sondern aufgrund der wachsenden

globalen wirtschaftlichen Bedeutung Chinas auch ein wichtiger Zukunftsträger. Sie haben deutlich weniger Berührungspunkte mit der chinesischen Kultur als ältere Menschen. Dies bestätigen die Befragungsergebnisse. Jüngere Befragte befürworten chinesische Zuwanderung häufiger als ältere. Sie können sich auch häufiger vorstellen, Chinesen als Freunde zu haben.

Auch wenn in China zunehmend westliche Kulturelemente vorzufinden sind, ist das konfuzianische Denken in der chinesischen Mentalität und Alltagskultur erhalten geblieben. An der im Buch von Hari Bedi im Jahr 1992 getroffenen Aussage hat sich bis heute nichts geändert: „Das moderne Leben wird nach wie vor an den alten Werten gemessen, was Asiaten einen Reichtum an Verhaltensweisen eröffnet, der ihre ausländischen Partner oder Kollegen oft vor Rätsel stellt und nicht selten überfordert“ (Bedi 1992: 10). Kommend aus der eigenen, europäischen und/oder christlichen Kultur, empfinden Deutsche die chinesische Kultur häufig als fremd. Das bestätigt die Mehrheit der Befragten (57%). Dies liefert auch eine Erklärung dafür, warum sich fast drei Viertel (73%) der Befragten nicht vorstellen können, in China zu leben. Vorstellen könnte sich dies nur jeder Fünfte (21%). Aber umgekehrt empfinden auch die Chinesen die „andere“, deutsche Kultur eher als fremd (50%); 36% haben eine gegensätzliche Meinung.

Wie soziologische Untersuchungen belegen, ist der Wahrnehmungs- und Erwartungshorizont jedes Menschen durch die eigene Kultur, individuelle Erfahrung und eigene Wertvorstellung geprägt. Das betrifft auch das Verstehen anderer Kulturen. Die Wahrnehmung bezieht sich in erster Linie auf Phänomene, die sichtbar sind. Hinter den kulturellen Erscheinungen existieren jedoch geistesgeschichtliche Hintergründe. In der deutschen Wahrnehmung werden die Chinesen als sehr höflich empfunden. Ohne Kenntnisse der philosophischen Wurzeln dieses Verhaltens kann die Bedeutung dieses Kulturmerkmals nicht verstanden werden. Schließlich geraten Menschen gern in eine Ähnlichkeitsfalle, weil wir oftmals davon ausgehen, es sei dasselbe gemeint, wenn sich die kulturellen Erscheinungsformen ähneln (Pohl 1999). Ebenso liegt es in der Natur der Menschen, die Realität anderer an den eigenen Idealen zu messen. Wahrgenommene Widersprüche in anderen Kulturen werden leicht als logischer Fehler bezeichnet. Chinas Kultur wirkt aus dem Blickwinkel der westlichen Kultur in vielerlei Hinsicht fremd, komplex, ja widersprüchlich. Das ist auch der Grund, weshalb China über Jahrhunderte hinweg oft als eine Art „Gegen-Abendland“ bezeichnet wurde. Das Fremde, Komplexe und Widersprüchliche zeigt sich auch in der Befragung. Die Ergebnisse weisen eine relativ große Unentschlossenheit der Deutschen hinsichtlich ihrer Sympathie für die chinesische Kultur aus. Während 38% die chinesische Kultur mögen, geben 35% der Befragten an, sie nicht zu mögen. Weitere 22% antworteten „teils, teils“.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Interesse an der fernöstlichen Kultur allein nicht automatisch zu einer Annäherung an diese Kultur führt. Dennoch ist das grundsätzliche kulturelle Interesse wichtig. So sind Neugier und das Bestreben, die Kultur zu begreifen, eine ideale Voraussetzung für ein gegenseitiges Verständnis.

Gastbeitrag: Britta Heidemann Brücken bauen – Grenzen überwinden

Wenn Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen aufeinandertreffen, wird eines schnell klar: Man orientiert sich an seinem Gegenüber durch bestimmte Vorprägungen und nicht daran, wie die objektive Realität eigentlich ist. Die Schärfung der eigenen Wahrnehmung ist daher der wichtigste Garant dafür, seinem Gegenüber auf Augenhöhe zu begegnen. Zumeist führt die intensive Auseinandersetzung mit einem Thema gleichzeitig zu einem besseren Verständnis.

Die politischen und wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und China sind in den letzten Jahren immer intensiver geworden und haben dazu beigetragen, dass sich beide Nationen mehr denn je in ihrer Geschichte miteinander ausgetauscht haben. Dazu zählt u. a. die 2004 gegründete „Strategische Partnerschaft in globaler Verantwortung“. Auf wirtschaftlicher Ebene ist China für Deutschland seit 2010 der wichtigste Handelspartner außerhalb der EU. Andersherum ist Berlin für Peking das Tor zu Europa.

Die politischen und wirtschaftlichen Verflechtungen werden in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Damit steigt auch die Anforderung, die gegenseitige Wahrnehmung zu schärfen, stärker aufeinander zuzugehen und Ängste abzubauen. Dies gilt insbesondere auf gesellschaftlicher Ebene.

Denn während beide Länder bereits auf eine über 40-jährige freundschaftliche und stabile Partnerschaft zurückblicken, sind in der deutschen Bevölkerung leider häufig immer noch Unkenntnis und Unverständnis gegenüber China zu spüren. Um es kurz zu sagen: Das Interesse an China ist riesig, das Wissen über China häufig allerdings gering.

Umso wichtiger ist es, dass wir auf allen Ebenen kulturübergreifende „Brückenbauer“ zwischen Deutschland und China etablieren, die zwischen den unterschiedlichen Werten und Einstellungen vermitteln sowie kommunikative Hindernisse abbauen und verringern können.

Ich habe in den vergangenen Jahren diverse Wirtschaftsdelegationen nach China begleitet, war als Sportsonderbotschafterin mit Guido Westerwelle bei den Feierlichkeiten zum 40-jährigen Bestehen der deutsch-chinesischen diplomatischen Beziehungen in Peking und habe mich u. a. im Rahmen der Olympischen Spiele in Peking 2008 als eine Botschafterin zwischen den Kulturen wiedergefunden. Besonders kurz vor und während der Olympischen Spiele habe ich erlebt, wie schwierig sich teilweise die Vermittlung zwischen den Ländern darstellt und wie notwendig es deshalb ist, die Schnittpunkte auszubauen.

Als Regionalwissenschaftlerin mit dem Schwerpunkt China und als einzige chinesischsprachige deutsche Athletin habe ich mich oft einschlägigen Medienthemen in Bezug auf China stellen müssen. Die häufig recht undifferenzierte deutsche Medienberichterstattung über

die Olympischen Spiele hat sicherlich auch das allgemeine Bild „der Chinesen“ in Deutschland weiter geprägt. Die komplexe Realität vor Ort spiegelte sich nicht in der Darstellung der Medien wider, wenn auch einige zunächst zurückhaltend gestimmte Journalisten positiv von Peking und der stimmungsvollen Atmosphäre überrascht waren. Es war spannend zu beobachten, dass sich vorgeprägte Meinungen schnell relativierten, sobald die Menschen erst einmal vor Ort waren.

Der Sport dient in dieser Hinsicht insgesamt als ein gutes Vorbild. Athleten reisen jedes Jahr im Rahmen einer Weltcupssaison durch viele Länder und begegnen ständig anderen Athleten verschiedenster Nationen. Der respektvolle Umgang mit den unterschiedlichen Kulturen eines jeden bereisten Landes, der Austausch unter den Athleten und die Anerkennung gemeinsamer Grundregeln im Sport sind dabei selbstverständlich. Der Sport zeigt: Ein kontinuierlicher und ebenbürtiger Austausch ist die Grundlage für den Aufbau von gegenseitigem kulturellen Verständnis. Denn nur wer irgendeine Art von kommunikativem Zugang zu seinem Gegenüber findet, der kann nicht nur Vorurteile abbauen und gegenseitiges Vertrauen aufbauen, sondern auch die Potenziale der jeweils anderen Kultur für sich selbst erkennen und nutzen.

Am einfachsten lässt sich eine nachhaltige Förderung des deutsch-chinesischen Austausches sicherlich umsetzen, wenn die gegenseitige Annäherung im jungen Alter stattfindet. Ich habe durch meinen Schulaufenthalt in der 11. Klasse in Peking selbst erlebt, wie beeindruckend und prägend es ist, mehr über die bis dahin fremden Lebensgewohnheiten einer chinesischen Familie, ihre kulturellen Werte und den gesellschaftlichen Alltag in China zu erfahren. Um den gegenseitigen Austausch zwischen Deutschland und China auf gesamtgesellschaftlicher Ebene noch intensiver zu fördern, könnte insbesondere der Austausch auf Schul- und Hochschulebene weiter ausgebaut werden. Für Deutschland erhoffe ich mir, dass chinesischer Sprachunterricht schon bald ein wählbarer Bestandteil des Schulcurriculums sein wird. Denn nicht zuletzt ist die Sprache und die in der Regel damit einhergehende Vermittlung von Kulturhintergründen die Basis für ein zukünftig besseres, gegenseitiges Verständnis und für eine umfassendere Wahrnehmung, die u. a. spätere berufliche Verflechtungen vereinfacht. Deutschland und China sind hierbei auf einem gemeinsamen guten Wege.

.....
Britta Heidemann
Diplom-Regional-
wissenschaftlerin Chinas,
Botschafterin der
Deutsch-Chinesischen
Wirtschaftsvereinigung
e. V., Olympiasiegerin und
Weltmeisterin im Fechten



8.

Quellen und Autoren

Abbildungsverzeichnis

3.	Methodik	
Abb. 3.01	Methodensteckbrief: Befragung	020
Abb. 3.02	Grundgesamtheiten	021
Abb. 3.03	Methodensteckbrief: Medienanalyse	023
4.	Allgemein: Interessen und Kenntnisse	
Abb. 4.01a/b	Spontanassoziationen	026/027
Abb. 4.02	Gegenseitiges Interesse: Reiseland	028
Abb. 4.03	Gegenseitiges Interesse: Geschichte, Philosophie und Kultur	028
Abb. 4.04	Gegenseitiges Interesse: Produkte und Marken	029
Abb. 4.05	Gegenseitiges Interesse: Politik	029
Abb. 4.06a/b	Kenntnisse der Deutschen/Chinesen über China/Deutschland	030/031
Abb. 4.07	Kontakt der Bevölkerung zu China/Deutschland	032
Abb. 4.08	Kontakt der politischen Entscheider und Wirtschaftsentscheider zu China/Deutschland	033
Abb. 4.09	Aufenthaltsgründe	034
Abb. 4.10	Gesamtlänge des Aufenthalts	035
5.	Politik und Staat	
Abb. 5.01a/b	Gesamtanteil Schwerpunkt- und Detailthemen	040/041
Abb. 5.02a/b	Tonalität innerhalb der Detailthemen	040/041
Abb. 5.03a/b	Top-5-Frames innerhalb der Berichterstattung	040/041
Abb. 5.04	Wahrnehmung des politischen Systems	042
Abb. 5.05	Einschätzung des Ausmaßes der staatlichen Kontrolle von Unternehmen	042
Abb. 5.06	Einschätzung zur Konstitution der Staatsform	043
Abb. 5.07	Wichtige Zeitdaten in China 1900–2013	046
Abb. 5.08	Einschätzung der Menschenrechtslage heute und in 15 Jahren	050
Abb. 5.09	Einschätzung der Rechtsstaatlichkeit	051
Abb. 5.10	Einschätzung der Rechtssicherheit heute und in 15 Jahren	051
Abb. 5.11	Wahrnehmung der Demokratiebewegung	052
Abb. 5.12	Einschätzung der Freiheit des Internetzugangs	052
Abb. 5.13	Einschätzung des Rechts auf freie Meinungsäußerung	053
Abb. 5.14	Einschätzung der öffentlichen Debattenkultur	053
Abb. 5.15	Einschätzung der Freiheit der Meinungsäußerung im Internet	054
Abb. 5.16	Einschätzung der Konstitution des Mediensystems	054
Abb. 5.17	Einschätzung der Umwelt- und Klimaschutzpolitik heute und in 15 Jahren	055

Abb. 5.18	Internetnutzer in China 2008–2012	057
Abb. 5.19a/b	Image verschiedener Länder	062/063
Abb. 5.20	Wahrnehmung des internationalen politischen Engagements	064
Abb. 5.21	Sorge angesichts Stärke, Macht und Größe des jeweils anderen Landes	070
Abb. 5.22	Einschätzung der Bedeutung internationaler Beziehungen	071
Abb. 5.23	Wahrnehmung der Außenpolitik	072

6.	Wirtschaft und Innovation	
Abb. 6.01a/b	Gesamtanteil Schwerpunkt- und Detailthemen	084/085
Abb. 6.02a/b	Tonalität innerhalb der Detailthemen	084/085
Abb. 6.03a/b	Top-5-Frames innerhalb der Berichterstattung	084/085
Abb. 6.04	Bedeutung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen	086
Abb. 6.05	Bedeutung des Wirtschaftswachstums für die Konjunktur	086
Abb. 6.06	Einschätzung der Auswirkungen von Investitionen auf Arbeitsplätze	087
Abb. 6.07	Einschätzung der Auswirkungen von Importen	087
Abb. 6.08	Auswirkungen technologischer Zusammenarbeit	088
Abb. 6.09	Anteile ausgewählter Länder an der Weltwirtschaft 1820–2012	092
Abb. 6.10	Chinas Außenhandel 2001–2012	093
Abb. 6.11	Anteile ausgewählter Länder am globalen Warenexport 1973–2012	095
Abb. 6.12	Wichtigste Importländer Chinas 2012	096
Abb. 6.13	Wichtigste Exportländer Chinas 2012	096
Abb. 6.14	Deutsch-chinesische Außenhandelsstruktur im Jahr 2011	097
Abb. 6.15	Entwicklung des deutsch-chinesischen Handels von 2001–2011	098
Abb. 6.16	Vergleich der deutschen Einfuhr Güter aus China 2001 und 2011	098
Abb. 6.17	Vergleich der deutschen Ausfuhr Güter nach China 2001 und 2011	098
Abb. 6.18	Ausländische Direktinvestitionen in China nach Herkunftsregionen 2000–2011	100
Abb. 6.19	Chinesische Direktinvestitionen im Ausland, gesamt und produzierendes Gewerbe 2003–2011	101
Abb. 6.20	Chinesische Direktinvestitionen in Deutschland 1998–2011	102
Abb. 6.21	Gefühlte Wirtschaftsspionage	104
Abb. 6.22	Gefühlte Produktpiraterie	104
Abb. 6.23	Gefühlte Kompetenz im Bereich Hightech	105
Abb. 6.24	Einschätzung zu Massenproduktion und Innovation	105
Abb. 6.25	Ein- und Ausfuhr Chinas nach Güterbereichen 2000 und 2010	108
Abb. 6.26	Chinas Hightech-Außenhandel im Jahr 2011	109
Abb. 6.27	Anteile der Unternehmen mit Auslandskapital am Außenhandel Chinas 2000–2011	110
Abb. 6.28	Ausgaben für Forschung und Entwicklung 2000–2011	111
Abb. 6.29	Vergleich von Innovationsindikatoren in China und Deutschland (Bezugsjahr 2011)	111

Abb. 6.30	Vergleich der Länderanteile an wissenschaftlichen Publikationen 2000–2010	112
Abb. 6.31	Zitationsrate in wissenschaftlichen Publikationen 2000 und 2008	112
Abb. 6.32	Genehmigte chinesische Patente 2000–2011	113
Abb. 6.33	Chinesische Hightechunternehmen in Wachstumsfeldern	114
Abb. 6.34	Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit	116
Abb. 6.35	Einschätzung des Preis-Leistungs-Verhältnisses	116
Abb. 6.36	Einschätzung der Produktqualität	117
Abb. 6.37	Deutsche Importe aus China 2001 und 2011	120
Abb. 6.38a/b	Bekanntheit von Marken und Unternehmen	122/123
Abb. 6.39a/b	Innovationskraft von Marken und Unternehmen	124/125
Abb. 6.40	Internationales Markenimage	126
Abb. 6.41	Länderimage Chinas in drei ausgewählten Ländern 2002–2012	129

7. Gesellschaft und Kultur

Abb. 7.01a/b	Gesamtanteil Schwerpunkt- und Detailthemen	144/145
Abb. 7.02a/b	Tonalität innerhalb der Detailthemen	144/145
Abb. 7.03a/b	Top-5-Frames innerhalb der Berichterstattung	144/145
Abb. 7.04a/b	Kulturelle Werte in China/Deutschland aus deutscher/chinesischer Sicht	146/147
Abb. 7.05	Kulturvergleich Deutschland und China von Hofstede	149
Abb. 7.06	Vergleich der Kultur zwischen Deutschland und China, GLOBE-Studie	153
Abb. 7.07	Lebensstil	154
Abb. 7.08	Gesellschaftlicher Nutzen des Wirtschaftswachstums	154
Abb. 7.09	Einschätzung des sozialen Sicherungssystems heute und in 15 Jahren	155
Abb. 7.10	Demografische Struktur der Gesellschaft	156
Abb. 7.11	Verhältnis zu neuen Technologien	156
Abb. 7.12	Vergleich durchschnittlicher Pro-Kopf-Einkommen der Stadt- und Landbevölkerung in China 1980–2012	158
Abb. 7.13	Altersstruktur in China 2010 und 2030	163
Abb. 7.14	Vorraussichtlicher Wechsel der Altersstrukturen von 2010–2030	164
Abb. 7.15	Leistungsdruck im Bildungssystem	166
Abb. 7.16	Internationaler Bildungswettbewerb	166
Abb. 7.17	Studium und Arbeit im Ausland	167
Abb. 7.18	Bildungssystem und Wettbewerbsfähigkeit	167
Abb. 7.19	Bildungsausgaben in China 2001–2011	170
Abb. 7.20	Anzahl der chinesischen Studierenden in Deutschland 1990–2012	172
Abb. 7.21	Persönliche Einstellung zur anderen Kultur	174

Quellenverzeichnis

Abele, C. (2013): Lebensmittelsicherheit in der VR China auf dem Prüfstand. Germany Trade & Invest (GTAI), 25.06.2013.

Aichele, R./Felbermayr, G./Heiland, I. (2013): Der Wertschöpfungsgehalt des Außenhandels: Neue Daten, neue Perspektiven. In: ifo Schnelldienst, 5, S. 29–41.

A. T. Kearney (2013): Chinas luxuriöser automobiler Wandel. Pressemitteilung, Shanghai, 30.05.2013. URL: http://www.atkearney.de/documents/856314/1214358/PM_Ultra+luxury+car+market.pdf/d32805b1-eacf-46be-9623-0fbb0293f916 (abgerufen am 08.12.2013).

Auswärtiges Amt (2013): BIP Deutschland und China in us-Dollar 2012. URL: <http://www.china.diplo.de/contentblob/3443046/Daten/3493388/1201Wirtschaftsdatendd.pdf> (abgerufen am 20.12.2013).

Barton, D./Chen, Y./Jin, A. (2013): Mapping China's middle class. In: McKinsey Quarterly. URL: http://www.mckinsey.com/insights/consumer_and_retail/mapping_chinas_middle_class (abgerufen am 08.12.2013).

Bartsch, B. (2010): Importeure in der Verantwortung. Berliner Zeitung, 22.10.2010.

BAuA (Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin) (2013): Wochenberichte zur Produktsicherheit/Produktinformation China. URL: www.baua.de (abgerufen am 08.12.2013).

Bedi, Hari (1992): Understanding the Asian Manager: Working with the Movers of the Pacific Century. North Sydney: Australian.

Bildung China Online (2013): Bericht über die Trends des Auslandsstudiums im Jahr 2013 (中国教育在线2013年出国留学趋势报告). URL: <http://www.eol.cn/html/lx/baogao2013/page1.shtml> (abgerufen am 08.12.2013).

Böning, O. (2013): Ein Musterbeispiel dafür, wie deutsche und chinesische Unternehmen zusammenarbeiten. In: Going Public – Magazin, M&A China/Deutschland, August 2013, S. 36–37.

Boulding, K. E. (1971): The Image. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Business Insider (2013): China's One-Child Policy Creates Risk-Averse 'Little Emperors' [STUDY]. 11.01.2013. URL: <http://www.businessinsider.com/study-chinas-one-child-policy-creates-risk-averse-little-emperors-2013-1> (abgerufen am 08.12.2013).

CNNIC (China Internet Network Information Center) (2012): Hulian wangluo fazhan zhuangkuang tongji baogao (Statistical survey report on the development of the Internet [in China]). URL: <http://www.cnnic.cn/research/bgxz/tjbg/201201/P020120118512855484817.pdf> (abgerufen am 08.12.2013).

CNNIC (China Internet Network Information Center) (2013): Hulian wangluo fazhan zhuangkuang tongji baogao (Statistical survey report on the development of the Internet [in China]). URL: http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201301/t20130115_38508.htm (abgerufen am 08.12.2013).

Credit Suisse (2011): Global Wealth Databook 2011. URL: <http://www.corkeconomics.com/wp-content/uploads/2011/12/71154576-2011-Global-Wealth-Report-Databook1.pdf> (abgerufen am 17.01.2014).

Cui, L./Jiang, F. (2012): State ownership effect on firms' FDI ownership decisions under institutional pressure: a study of Chinese outward-investing firms. In: *Journal of International Business Studies*, 43, S. 264–284.

DAAD (Deutscher Akademischer Auslandsdienst) (2013a): Hochschulstatistik. URL: <http://www.wissenschaftweltoffen.de/focus/2/1/1?lang=en> (abgerufen am 01.12.2013).

DAAD (Deutscher Akademischer Auslandsdienst) (2013b): Hochschulstatistik. URL: <http://www.wissenschaftweltoffen.de/daten/1/2/1?lang=en> (abgerufen am 01.12.2013).

Demirbag, M./Sahadev, S./Mellahi, K. (2010): Country image and consumer preference for emerging economy products. The moderating role of consumer materialism. In: *International Marketing Review*, 27:2, S. 141–163.

Deutsche Bundesbank (2013): Bestandserhebung über Direktinvestitionen. Statistische Sonderveröffentlichung 10, April 2013. URL: http://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Veroeffentlichungen/Statistische_Sonderveroeffentlichungen/Statso_10/statso_10_bestandserhebung_ueber_direktinvestitionen_2013.pdf?__blob=publicationFile (abgerufen am 10.12.2013).

EEAS (European External Action Service) (2013): China-EU 2020 Strategic Agenda for Cooperation Released at 16th China-EU Summit. Pressemitteilung, 23.11.2013. URL: http://eeas.europa.eu/statements/docs/2013/131123_01_en.pdf (abgerufen am 08.12.2013).

EFI (Expertenkommission Forschung und Innovation) (2012): Gutachten zu Forschung, Innovation und technologischer Leistungsfähigkeit Deutschlands 2012. URL: http://www.e-fi.de/fileadmin/Gutachten/EFI_Gutachten_2012_deutsch.pdf (abgerufen am 08.12.2013).

EIA ([US] Energy Information Administration) (2012): China. 04.09.2012. URL: <http://www.eia.gov/countries/cab.cfm?fips=CH> (abgerufen am 08.12.2013).

Erber, G. (2012): German-Chinese Economic Relations – Opportunities and Risks. DIW Economic Bulletin 3, 2012. URL: http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.394105.de/diw_econ_bull_2012-03-4.pdf (abgerufen am 08.12.2013).

Fetscherin, M./Toncar, M. (2010): The effects of the country of brand and the country of manufacturing of automobiles. An experimental study of consumers' brand personality perceptions. In: *International Marketing Review*, 27:2, S. 164–178.

Focus (2012): Wohlstand macht Chinesen nicht glücklicher. 14.05.2012. URL: http://www.focus.de/panorama/welt/wissenschaft-wohlstand-macht-chinesen-nicht-gluecklicher_aid_752785.html (abgerufen am 08.12.2013).

Fu, K./Chau, M. (2013): Reality Check for the Chinese Microblog Space. A Random Sampling Approach. In: *Plos One*, 8:3, S. 1–7.

Gaulier, G./Lemoine, F./Ünal, D. (2011): China's foreign trade in the perspective of a more balanced economic growth. Document de Travail No. 2011-3, CEPII (Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales). URL: http://www.cepii.fr/PDF_PUB/wp/2011/wp2011-03.pdf (abgerufen am 10.10.2013).

GCCC (German Chamber of Commerce in China) (2013): German Business Confidence 2013 – Status and Outlook of German Companies in China, Survey.

Gehrke, B./Krawczyk, O. (2012): Außenhandel mit forschungsintensiven Waren im internationalen Vergleich. Studien zum deutschen Innovationssystem, 11-2012. URL: http://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2012/StuDIS_11_NIW.pdf (abgerufen am 09.12.2013).

Gehrke, B./Schasse, U./Kladroba, A./Stenke, G. (2013): F&E-Aktivitäten von Wirtschaft und Staat im internationalen Vergleich. Studien zum deutschen Innovationssystem, 2-2013. URL: http://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2013/StuDIS_02-2013-NIW_SV.pdf (abgerufen am 14.01.2014).

Geißler, H. (2013): Die Erfolgsstory von PC-Marktführer Lenovo. In: *Wirtschaftswoche*, 21.07.2013. URL: <http://www.wiwo.de/unternehmen/handell/brandindex-die-erfolgsstory-von-pc-marktfuehrer-lenovo/8525800.html> (abgerufen am 19.12.2013).

German.china.org.cn (2011): China fördert Investitionen in Umweltschutz. 26.09.2011. URL: http://german.china.org.cn/business/txt/2011-09/26/content_23494511.htm (abgerufen am 20.9.2013).

German.China.org.cn (2013): Internationale Studie: Vertrauen gegenüber chinesischen Firmen gering. 12.09.2013. URL: http://german.china.org.cn/business/txt/2013-09/12/content_30009814.htm (abgerufen am 10.12.2013).

Ginsburg, H. (2013): Deutschland schneidet gut ab. In: *Wirtschaftswoche*, 15.05.2013. URL: <http://www.wiwo.de/politik/ausland/gerechtigkeit-deutschland-schneidet-gut-ab-seite-all/8210632-all.html> (abgerufen am 08.12.2013).

Gransow, B. (2012): Hintergrund und Problemaufriss: Stadt-Land-Gefälle und Meldesystem (hukou). 04.12.2012. In: bpb (Bundeszentrale für politische Bildung). URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/dossier-migration/151283/stadt-land-gefalle-und-meldesystem> (abgerufen am 09.12.2013).

GTAI (Germany Trade and Invest) (2012): Wirtschaftstrends vR China. Bonn, Jahresmitte 2012.

GTAI (Germany Trade and Invest) (2013): Wirtschaftsdaten kompakt. China (vR). November 2013. URL: http://ahk.de/fileadmin/ahk_ahk/GTAl/china.pdf (abgerufen am 08.12.2013).

Handelsblatt (2013): SMA Solar besiegelt Stellenabbau. 17.9.2013.

URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/entlassungen-sma-solar-besiegelt-stellenabbau/8804768.html> (abgerufen am 30.11.2013).

Hefe, P./Dittrich, A. (2011): Die Mittelschicht in China – Triebkraft eines demokratischen Wandels oder Garant des Status quo? In: KAS Auslandsinformationen. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_29625-544-1-30.pdf?111205133221 (abgerufen am 08.12.2013).

Hofstede, G. (1997): Lokales Denken, globales Handeln – Kulturen, Zusammenarbeit und Management. München: Dt. Taschenbuchverlag.

Hoppenstedt (verschiedene Jahre): Firmendatenbank für Hochschulen.

URL: <http://www.hoppenstedt-hochschuldatenbank.de/> (abgerufen am 15.01.2014).

House, R. J./Hanges, P. J./Javidan, M./Dorfman, P. W./Gupta, V. (2004): Culture, Leadership, and Organizations – the Globe Study of 62 Societies. Sage: Thousand Oaks.

Hu, A. (2011): China in 2020: A New Type of Super Power. Washington: The Brookings Institution.

Huawei (2012): Deutschland und China – Wahrnehmung und Realität. Die Huawei-Studie. Berlin. URL: <http://www.huawei-studie.de> (abgerufen am 24.01.2014).

IMF (International Monetary Fund) (2007, 2011, 2012): IMF Direction of Trade Statistics 2007, 2011, 2012. Washington: International Monetary Fund.

Institute of Social Science Survey, Peking University (2013): 中国家庭追踪调查 (China Family Panel Studies). Peking.

Jungbluth, C. (2013): Abhängigkeit auf Augenhöhe. Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und China. In: Global Contact, 1, S. 24–25.

Klemm, B. (2001): Das Deutschlandbild Chinas vor dem Hintergrund der chinesisch-deutschen Beziehungen. Universität Hamburg. URL: http://www.chinaweb.de/china_politik/beziehungen_deutschland_china/chinesisch_deutsche_beziehungen/china_deutschlandbild_chinas.htm (abgerufen am 08.12.2013).

Kreppel, H./Holtbrügge, D. (2012): The Perceived Attractiveness of Chinese Products by German Consumers – A Sociopsychological Approach. In: Journal of Global Marketing, 25, S. 79–99.

Kutschker, M./Schmid, S. (2006): Internationales Management. 5. Auflage, München/Wien: R. Oldenbourg Verlag.

Laforet, S./Chen, J. (2010): Chinese and British consumers' evaluation of Chinese and international brands and factors affecting their choice. In: Journal of World Business, 47, S. 54–63.

Leibniz, G. W. (1697): Novissima Sinica. München: Iudicium Verlag. [Nachdruck der Originalfassung].

Liff, A. P./Erickson, A. S. (2013): Demystifying China's Defense Spending. Less Mysterious in the Aggregate. In: The China Quarterly, 216, S. 1–26.

Maddison, A. (2007): Chinese Economic Performance in the Long Run. OECD Development Centre, Paris.

Mathews, J. A. (2002): Competitive Advantages of the Latecomer Firm. A Resource-Based Account of Industrial Catch-Up Strategies. In: Asia Pacific Journal of Management, 19, S. 467–488.

Merkel, W./Puhle, H. J./Croissant, A./Eicher, C./Thiery, P. (2003): Defekte Demokratie. Band 1, Opladen: Leske+Budrich.

MIIT (Ministry of Industry and Information Technology of the People's Republic of China) (2013): Wirtschaftliche Entwicklung der Telekommunikationsbranche – März 2013 (2013年3月份通信业经济运行情况). URL: <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/15344285.html> (abgerufen am 08.12.2013).

mobile-studien.de (2013): Huawei drittgrößter Smartphone-Hersteller. URL: <http://mobile-studien.de/2013/10/huawei-drittgroesster-smartphone-hersteller/> (abgerufen am 19.12.2013).

MOFCOM (Ministry of Commerce of the People's Republic of China) (2011): 2010 Statistical Bulletin of China's Foreign Outward Direct Investment. URL: <http://hzs.mofcom.gov.cn/accessory/201109/1316069658609.pdf> (abgerufen am 08.12.2013).

MOFCOM (Ministry of Commerce of the People's Republic of China) (2011, 2012): 2011, 2012 Statistical Bulletin of China's Foreign Outward Direct Investment. Peking: China Statistical Press.

MOST (Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China) (2013): China Science and Technology Newsletter, 15. URL: <http://www.cistc.gov.cn/upfile/682.pdf> (abgerufen am 02.12.2013).

NBS (National Bureau of Statistics of China): Website. URL: <http://www.stats.gov.cn/english/> (abgerufen am 08.12.2013).

NBS (National Bureau of Statistics on China): Online-Datenbank. URL: <http://data.stats.gov.cn/workspace/index?m=hgnd> (abgerufen am 01.12.2013).

NBS (National Bureau of Statistics of China) (2001, 2006–2010, 2011a, 2012a): China Statistical Yearbook 2001, 2006–2010, 2011, 2012. Peking: China Statistical Press.

NBS (National Bureau of Statistics of China) (2011b, 2012b): China Statistical Yearbook on Science and Technology 2011, 2012. Peking: China Statistical Press.

NBS (National Bureau of Statistics of China) (2001): Statistical Communiqué of the People's Republic of China on the 2000 National Economic and Social Development. URL: http://www.stats.gov.cn/enGLISH/NewsEvents/200203/t20020329_25981.html (abgerufen am 15.01.2014).

NBS (National Bureau of Statistics of China) (2006): Statistical Communiqué of the People's Republic of China on the 2005 National Economic and Social Development. URL: http://www.stats.gov.cn/english/NewsEvents/200603/t20060302_25737.html (abgerufen am 15.01.2014).

NBS (National Bureau of Statistics of China) (2012c): Statistical Communiqué of the People's Republic of China on the 2011 National Economic and Social Development. URL: http://www.stats.gov.cn/english/NewsEvents/201202/t20120222_26575.html (abgerufen am 30.8.2013).

NBS (National Bureau of Statistics of China) (2013): Statistical Communiqué of the People's Republic of China on the 2012 National Economic and Social Development. URL: http://www.stats.gov.cn/enGLISH/NewsEvents/201302/t20130222_26962.html (abgerufen am 08.12.2013).

Neuhäusler, P./Rothengatter, O./Frietsch, R. (2013): Patent Applications – Structures, Trends and Recent Developments. Studien zum deutschen Innovationssystem 5-2013. URL: http://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2013/StuDIS_05_2013-ISI.pdf (abgerufen am 15.01.2014).

OECD (Organization for Economic Co-Operation and Development) (2008): China. OECD Reviews of Innovation Policy. Paris: OECD.

Pattloch, T. (2010): Schutz geistigen Eigentums in China – ein Ausblick. Vortrag in Hamburg in der Handelskammer, 07.07.2010.

Pew Research Center (2013): America's Global Image Remains More Positive than China's. URL: <http://www.pewglobal.org/files/2013/07/Pew-Research-Global-Attitudes-Project-Balance-of-Power-Report-FINAL-July-18-2013.pdf> (abgerufen am 08.12.2013).

Pohl, K. (1999): Zwischen Universalismus und Relativismus – Gedanken zu einem interkulturellen Dialog mit China. In: ASIEN, 71, April 1999, S. 16–39.

Pula, G./Santabarbara, D. (2011): Is China Climbing up the Quality Ladder? Estimating Cross Country Differences in Product Quality Using EUROSTAT's Comtext Trade Database. Working Paper Series, 1310, März 2011.

Quacquarelli Symonds (2013): World University Rankings. URL: <http://www.topuniversities.com/university-rankings> (abgerufen am 09.12.2013).

Rhode, R. (2012): VR Chinas Elektronikindustrie benötigt riesige Mengen an Komponenten. In: Export und Auslandsmärkte, GTAI, 03.07.2013. URL: <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/maerkte,did=604932.html> (abgerufen 20.11.2013).

Schönhuth, M. (ohne Jahr): Das Kulturglossar. URL: <http://www.kulturglossar.de/html/a-begriffe.html> (abgerufen am 08.12.2013).

Schroll-Machl, S. (2007): Deutschland. In: Thomas, A./Kammhuber, S./Schroll-Machl, S. (Hg.): Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 72–89.

Schüler-Zhou, Y./Schüller, M. (2013): Empirical Study of Chinese Subsidiaries' Decision-Making Autonomy in Germany. In: Asian Business and Management, 12:3, S. 321–350.

Schüler-Zhou, Y./Schüller, M./Clement, M. (2013): Internationalisierung chinesischer Unternehmen. Implikationen für die internationale Managementforschung. In: Die Betriebswirtschaft, 73:5, S. 359–376.

Schüller, M. (2007): Produktqualität und -sicherheit. Chinas außenwirtschaftliche Achillesferse. In: China aktuell, 5, S. 9–24.

Schüller, M. (2011): Innovation um jeden Preis? Chinas Innovationspolitik und Rückwirkungen auf Auslandsunternehmen in China. In: Freimuth, J./Krieg, R./Luo, M./Müller, C./Schädler, M. (Hg.): Geistiges Eigentum in China: Neuere Entwicklungen und praktische Ansätze für den Schutz und Austausch von Wissen, Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 33–46.

Schüller, M. (2014): China und die Weltwirtschaft. In: Fischer, D./Müller-Hofstede, C. (Hg.): Länderbericht China, Bundeszentrale für Politische Bildung (bpb), im Druck.

Schüller, M./John, J. (2012): Netze werden enger geknüpft. China vertieft Kooperation mit Asien-Pazifik-Region. In: China Contact, 3/2012.

Schüller, M./Meuer, J./Schüler-Zhou, Y. (2012): China's OFDI Footprint in Europe: Investment Patterns, Drivers and Implications, Research Report for DG Enterprise and Industry. Research Report, Hamburg und Zürich.

Schüller, M./Schüler-Zhou, Y. (2013): Chinese Investment Strategies and Migration – Does Diaspora Matter? A Case Study on Germany. Research Report for the European University Institute, Migration Policy Center, Florenz. URL: <http://www.migrationpolicycentre.eu/docs/MPC%20RR%202013%20-%2008.pdf> (abgerufen am 10.11.2013).

Sharma, P. (2011): Country of origin effects in developed and emerging markets. Exploring the contrasting roles of materialism and value consciousness. In: Journal of International Business Studies, 42, 285–306.

Staiger, B./Schütte, H.-W./Friedrich, S. (Hg.) (2003): Das große China-Lexikon: Geschichte, Geographie, Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, Bildung, Wissenschaft, Kultur. Darmstadt: Primus Verlag.

Statista (2012): Meinung von Führungskräften zu Fortschritten in der Qualität chinesischer Produkte 2012. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/217557/umfrage/einstellung-von-fuehrungskraeften-zur-wirtschaftsmacht-china/> (abgerufen am 16.12.2013).

Statista (2013): Marktanteile der Hersteller für Photovoltaikmodule weltweit im Jahr 2012.
URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/164196/umfrage/marktanteile-an-der-weltweiten-photovoltaikproduktion-im-jahr-2009/> (abgerufen am 02.12.2013).

Survey and Research Center for China Household Finance – Southwestern University of Finance and Economics (2013): China Household Finance Survey (中国家庭收入差距报告).
URL: <http://chfs.swufe.edu.cn/upload/shourubupingdeng.pdf> (abgerufen am 08.12.2013).

The Central Government of the People's Republic of China (ohne Jahr): Guomin jingji he shehui fazhan di shi'er ge wu nian guihua gangyao (12. Fünfjahresplan).
URL: http://www.gov.cn/2011lh/content_1825838.htm (abgerufen am 08.12.2013).

UNDP (United Nations Development Programme) (2013): China National Human Development Report. Peking. URL: http://www.undp.org/content/dam/china/docs/Publications/UNDP-CH_2013%20NHDR_EN.pdf (abgerufen am 09.12.2013).

UNSD (United Nations Statistics Division) (2013): United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade). URL: <http://comtrade.un.org/> (abgerufen am 09.12.2013).

Williams, B. R./Donnelly, T. (2012): U.S. International Trade: Trends and Forecasts. CRS Report for Congress, 19.10.2012.
URL: <http://www.fas.org/sgp/crs/misc/RL33577.pdf> (abgerufen am 30.10.2013).

Wilson, I. (2013): The OEM-OBM Debate. Factors Influencing Chinese Firm's Branding Decisions in their Internationalisation Process. Business School, Staffordshire University England. URL: http://www.globeco.ro/wp-content/uploads/vol/split/vol_1_no_2/geo_2013_vol1_no2_art_016.pdf (abgerufen am 08.12.2013).

World Bank (2013): World Development Indicators. China.
URL: <http://data.worldbank.org/country/china> (abgerufen am 10.12.2013).

WTO (World Trade Organization) (verschiedene Jahrgänge): World Trade Report.
URL: <http://www.wto.org> (abgerufen am 08.12.2013).

WTO (World Trade Organization) (2012): International Trade Statistics 2012, Chapter II, Merchandise Trade. URL: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2012_e/its12_highlights2_e.pdf (abgerufen am 10.09.2013).

Xie, T./Page, B. (2013): What Affects China's National Image? A cross-national study of public opinion. In: Journal of Contemporary China, 22, 83.
URL: <http://dx.doi.org/10.1080/10670564.2013.782130> (abgerufen am 08.12.2013).

Xing, Y. (2012): The People's Republic of China's High-Tech Exports. Myth and Reality. ADBI Working Paper Series, ADB Institute, Asian Development Bank, 357, April 2012.
URL: <http://www.adbi.org/files/2012.04.25.wp357.prc.high.tech.exports.myth.reality.pdf> (abgerufen am 08.12.2013).

Xinhuanet (2012): Bildungsausgaben eines städtischen Haushalts betragen im Durchschnitt 30 % des Einkommens – Die Bildungsausgaben steigen schneller als die Einkommen (城市家庭教育支出占收入三成 支出增速快于收入). 16.03.2012.
URL: http://news.xinhuanet.com/edu/2012-03/16/c_122840157.htm (abgerufen am 08.12.2013).

Xinhuanet (2013): Autorisierte Bekanntmachung: Die Resolution des Zentralkomitees der KP Chinas bezüglich einiger wesentlicher Fragen der umfassenden Vertiefung der Reform. (授权发布: 中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定). 15.11.2013. URL: http://news.xinhuanet.com/politics/2013-11/15/c_118164235.htm (abgerufen am 14.12.2013).

Zhang, J./Tang, D./Zhan, Y. (2012): Foreign Value-added in China's Manufactured Exports: Implications for China's Trade Imbalance. In: China & World Economy 20, 1, S. 27–48.

Vorstellung der Autoren

Dr. Nele Noesselt
Zuständig für das Kapitel 5:
Politik und Staat

Dr. Nele Noesselt ist wissenschaftliche Mitarbeiterin (Research Fellow) am GIGA Institut für Asien-Studien mit dem Schwerpunkt chinesische Politik. Nach dem Studium der Sinologie und Politikwissenschaft in Heidelberg, Peking und Wien war sie von 2009 bis 2011 als Akademische Rätin an der Universität Göttingen tätig. Zu ihren Arbeitsschwerpunkten zählen chinesische Theoriebildungen zur Weltpolitik, Chinas Rolle im globalen System sowie Governance-Formen im innenpolitischen Kontext der VR China. Sie ist Lehrbeauftragte der Universitäten Hamburg und Duisburg-Essen. Seit Juni 2011 arbeitet sie als Research Fellow am GIGA Institut für Asien-Studien und ist Sprecherin des GIGA Forschungsteams „Vergleichende Regionalismusforschung“.

Dr. Margot Schüller
Zuständig für das Kapitel 6:
Wirtschaft und Innovation

Dr. Margot Schüller ist wissenschaftliche Mitarbeiterin (Senior Research Fellow) am GIGA Institut für Asien-Studien mit dem Schwerpunkt chinesische Wirtschaft. Nach ihrem Studium der Wirtschaftswissenschaften studierte sie zwei Jahre Chinesisch an der Universität Liaoning und führte Feldforschungen zur Landwirtschaftsreform durch. Dr. Schüller promovierte 1990 zum Dr. rer. pol. mit einer Forschung zur Reform der Eigentumsrechte im chinesischen Agrarsektor und begann im Anschluss daran ihre Tätigkeit am GIGA. Zu ihren aktuellen Forschungsthemen zählt der Vergleich von Innovationssystemen und -strategien in Asien und Europa, insbesondere die chinesische Innovationspolitik und die deutsch-chinesische Technologiekoooperation. Weiterhin forscht sie zu den Internationalisierungsstrategien chinesischer Unternehmen.

Dr. Yun Schüler-Zhou
Zuständig für das Kapitel 7:
Gesellschaft und Kultur

Dr. Yun Schüler-Zhou ist seit 2007 wissenschaftliche Projektmitarbeiterin am GIGA Institut für Asien-Studien und befasst sich u. a. mit Internationalisierungsstrategien der chinesischen Unternehmen, chinesischen Direktinvestitionen in Europa und den Auswirkungen chinesischer Migration auf chinesische Investitionen im Ausland. Zwischen 2008 und 2011 promovierte sie zum Dr. rer. pol. mit einer Untersuchung der Auslandsdirektinvestitionen chinesischer Unternehmen. Frau Dr. Schüler-Zhou studierte Germanistik an der Shanghai International Studies University und später Betriebswirtschaftslehre an der Universität Hamburg. Nach ihrem Studium war sie von 1996 bis Anfang 2002 als Consultant bei der Firma Aon Jauch & Hübener GmbH und bei der SAP Deutschland AG & Co. KG in Hamburg tätig. Als selbständige Beraterin steht sie chinesischen und deutschen Unternehmen bei ihren Investitionsvorhaben zur Seite.

Impressum

Kontakt

Olaf Reus, Mitglied der Geschäftsleitung
Carsten Senz, Senior Public Affairs Manager
Patrick Berger, Public Relations Manager
Ingobert Veith, Government Relations Manager
Huawei Technologies Deutschland GmbH
dialog@huawei.com

Informationen

Herausgeber

Huawei Technologies Deutschland GmbH
Hauptstadtbüro
Unter den Linden 32–34
10117 Berlin

Wissenschaftliche Leitung

GIGA German Institute of Global and Area Studies, Hamburg

Konzeption und Durchführung der Befragung

TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

Konzeption und Durchführung der Medienanalyse

AUSSCHNITT Medienbeobachtung
Deutsche Medienbeobachtungs Agentur GmbH, Berlin

Organisation und Gestaltung

Blumerry GmbH, Berlin

Druck und Produktion

Königsdruck Printmedien und digitale Dienste GmbH, Berlin

Schriften und Papier

Frutiger Next, FF Tundra, FF Chartwell
300g/m² Papyrus Plano Art, 115g/m² Papyrus Plano Art

ISBN 978-3-00-044890-4

© Huawei Technologies Deutschland GmbH, 2014

PDF

Download der Studie
und des vollständigen
Tabellenbandes unter

www.huawei-studie.de

