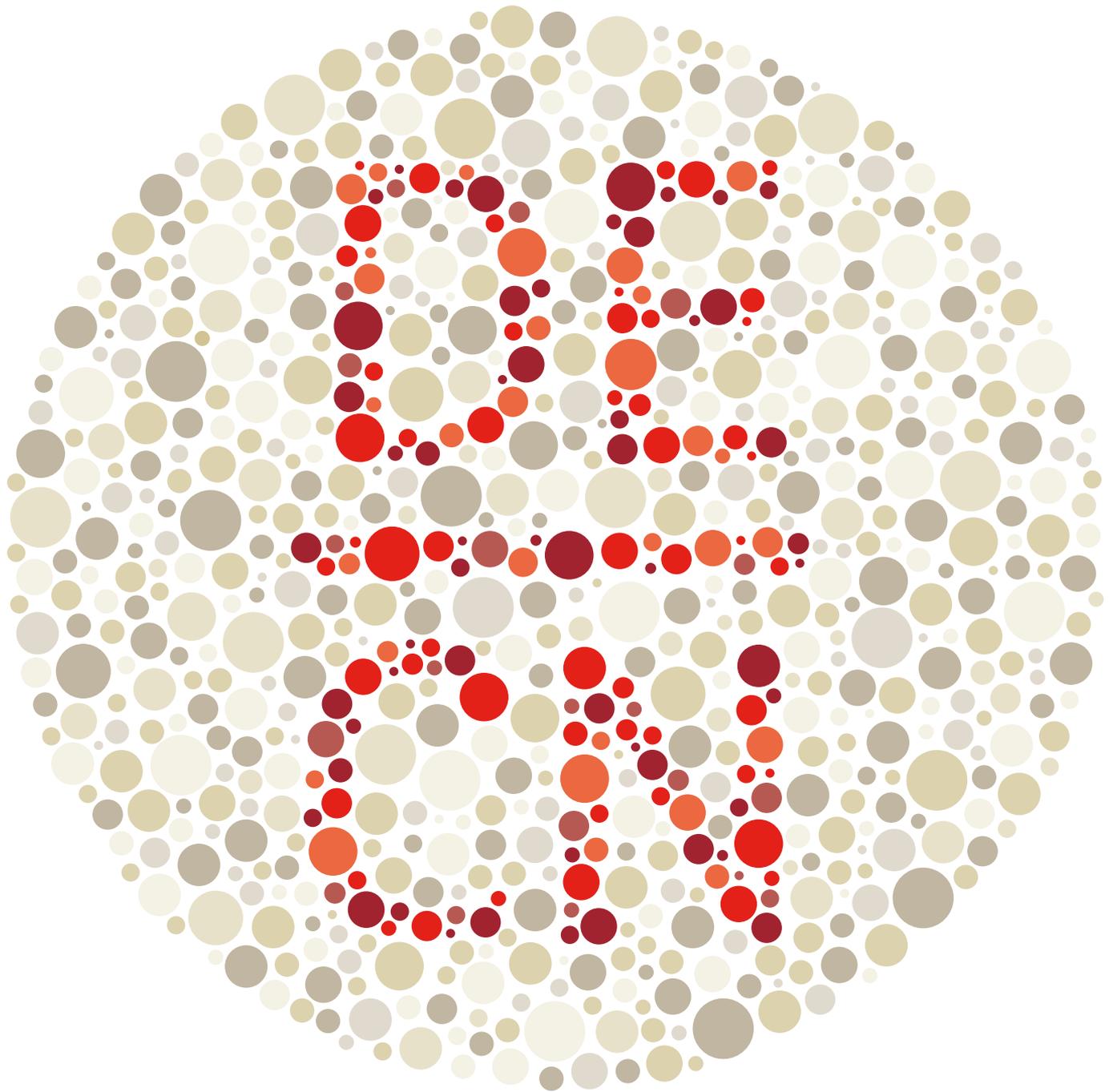


Deutschland und China – Wahrnehmung und Realität

Die Huawei-Studie

Durchgeführt von TNS Infratest





FSC
www.fsc.org

MIX

Papier aus ver-
antwortungsvollen
Quellen

FSC® C103729

Deutschland und China – Wahrnehmung und Realität

Die Huawei-Studie

Durchgeführt von TNS Infratest

Inhaltsverzeichnis

- 06 Vorwort Prof. Dr. Eberhard Sandschneider
- 08 Vorwort Toni Cheng
- 09 Vorwort Olaf Reus
- 10 Methodensteckbrief
- 12 Management Summary
- 14 Ergebnisse im Überblick
- 30 Ländersteckbriefe

1. Das Chinabild der Deutschen und Deutschland aus Sicht der Chinesen – eine Bestandsaufnahme

36	1.1 Wie gut kennen die Deutschen China bzw. die Chinesen Deutschland?
37	1.1.1 Erfahrungen und Kenntnisse
45	1.1.2 Informiertheit und Informationsaufnahme
46	1.1.3 Schätzfragen
52	1.2 Wie nehmen die Deutschen China bzw. die Chinesen Deutschland wahr?
62	1.3 Wie schätzen die Deutschen China und die Chinesen Deutschland zu ausgewählten Themenstellungen ein?
62	1.3.1 China als Wirtschaftsmacht
65	1.3.2 Bildung und Leistungsorientierung
68	1.3.3 Staatsform, Militär und Menschenrechte
74	1.3.4 Umwelt- und Klimaschutz
76	1.4 Wie wird China bzw. Deutschland in den Medien dargestellt?
80	1.5 Reputation Chinas und Deutschlands

2. Wirtschaft und Innovation in China – Wahrnehmung vs. Realität

88	2.1 Wirtschaftsmacht China – Bedrohung oder Bereicherung?
89	2.1.1 Chinesische Wirtschaft als Bedrohung
98	2.1.2 Chinesische Wirtschaft als Bereicherung
104	2.2 China zwischen Werkbank und Innovationsführer
106	2.2.1 China als verlängerte Werkbank
113	2.2.2 China als Innovationsführer
120	Abbildungsverzeichnis
124	Quellenverzeichnis
128	Impressum

Vorwort

Prof. Dr. Eberhard Sandschneider

Vertrauen braucht Verständnis

Lange Zeit war die Globalisierung der Weltwirtschaft einzig von Amerika und Europa bestimmt. Doch diese über Jahrzehnte hinweg existierende Konstante verschiebt sich immer weiter in Richtung Asien. Zu den beiden alten kommen zwei neue Machtzentren hinzu: Sie werden von den in den letzten Jahren stark prosperierenden Volkswirtschaften Chinas und Indiens geprägt. Ein gewisses Unbehagen ruft in der Diskussion der immer stärker in den Mittelpunkt des Interesses rückende wirtschaftliche Erfolg Chinas hervor, der sich auch in einem steigenden Ressourcenbedarf auf allen Gebieten manifestiert. Dazu schmilzt der technologische Vorsprung des Westens und ehemals als innovativ geltende Vorzeigebereiche in der Welt und in Deutschland spüren immer mehr den Konkurrenzdruck aus Asien. Es ist abzusehen, dass Chinas Rolle auch zukünftig über alle Bereiche hinweg weiter wachsen wird, doch hat es gleichzeitig zahlreiche politische und soziale Herausforderungen im Innern zu lösen.

Während die chinesische Kultur gerne auf dem Teller und als bildende Kunst erlebt wird, ist das sonstige Bild von China eher schwarz-weiß geprägt. Statt rationaler Argumente lenken häufig unreflektierte Emotionen die Chinadebatte. Sachverstand ist oft Mangelware. Besonders wenn es die unterschiedlichen Denkweisen und kulturell geprägten gesellschaftlichen Normen betrifft, wird

die Diskussion entsprechend einseitig geführt. Neben Kritik, beispielsweise in der Menschenrechtsdiskussion, wird Chinas aktueller Aufstieg dabei auch genutzt, um Politik zu machen. So spielten Chinas wachsende Bedeutung in der Welt und damit das Gefühl der Konkurrenz auch im US-Präsidentenwahlkampf 2012 eine nicht unwesentliche Rolle.

Die vorliegende Studie zeigt für Deutschland, dass trotz partieller Bewunderung für China das Land mit vielen Fragen und Bedenken verbunden wird. Umgekehrt sieht dies dagegen ganz anders aus: Die Reputation Deutschlands ist in China nach wie vor sehr hoch.

Die Studie zeigt dabei u. a. einen möglichen Grund für das Chinabild der Deutschen: Die Informiertheit, die durch eine zum Teil einseitige Medienberichterstattung entsteht, ist hier für die Meinungsbildung ganz entscheidend. Diese Informationen prägen unser Bild, vermitteln dabei aber gleichzeitig wenig konkretes Wissen über China selbst. Dabei kommt uns auch immer wieder das eigene Bild von der „richtigen“ Ordnung in die Quere. Seit der politischen Wende in Europa in den Jahren 1989/1990 und dem damit verbundenen Ende des Ost-West-Konflikts hat aus unserer Sicht die Demokratie in Verbindung mit

einer sozialen Marktwirtschaft über Kommunismus und realen Sozialismus gesiegt. Dass dieses anscheinend beste gesellschaftliche und politische Konstrukt durch einen anderen Weg eventuell übertroffen werden kann, beeinflusst unseren Blick auf China. Unsere auf historischen Erfahrungen basierende Schablone und unser bisheriger Erfolgsweg scheinen für das Reich der Mitte keine Alternative zu sein.

China hat sich auch abseits dieses Weges zu einer der führenden Wirtschaftsnationen entwickelt und mancher fragt sich, was da noch kommen mag. China scheint sich hinsichtlich seiner Entwicklungsstrategie geschickt zu verhalten: Sukzessive wirtschaftliche Reformen führen Schritt für Schritt zum Erfolg und werden je nach Entwicklungsstand angepasst. Pragmatismus war das Leitprinzip der Vergangenheit und wird auch in Zukunft seine Gültigkeit behalten. War China früher eher als Produktionsstandort für westliche Unternehmen bekannt, kommen jetzt immer mehr Innovationen aus dem Land selbst.

Europa und Amerika wird es nicht helfen, sich auf eine Verteidigungsstrategie zurückzuziehen und zu schauen, wie man das Erreichte einigermaßen absichern kann. In einer verstärkt internationalisierten Welt wird es entscheidend sein, die wechselseitigen



Kooperationspotenziale zu erkennen und zu nutzen. Wichtig in diesem Zusammenhang ist jedoch zunächst ein gegenseitiges Verstehen und Kennenlernen. Dies ist die Grundlage für ein vertrauensvolles Miteinander. Und fehlendes Vertrauen ist das größte Desideratum in den Beziehungen zu China.

Die vorliegende Studie liefert dafür einen wichtigen Beitrag. Die breite Darstellung von Wahrnehmungen der Deutschen von China und der Chinesen von Deutschland sowie die Gegenüberstellung von Realitäten in einigen Bereichen werden die aktuellen Diskussionen über China mit wichtigem Datenmaterial bereichern sowie gleichzeitig zu einem ergänzten und differenzierten China-Bild beitragen.

Prof. Dr. Eberhard Sandschneider
Otto Wolff-Direktor
Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik e. V.

Vorwort Toni Cheng



Innovationen als weitere Facette des weitläufigen Chinabildes

Deutschland und China sind seit etlichen Jahren wichtige Partner in den Bereichen Wirtschaft und Politik. Dies wurde auch im Rahmen der zweiten deutsch-chinesischen Regierungskonsultationen im August 2012 nochmals betont. Es ist in den letzten Monaten zu beobachten, dass zunehmend auch chinesische Unternehmen in Deutschland investieren und aktiv werden. Gleichzeitig bestehen in dieser Partnerschaft verschiedene Fragen, Vorstellungen, Vorbehalte und Erwartungshaltungen.

Huawei Technologies ist das größte chinesische Unternehmen in Deutschland. Wir sind seit über zehn Jahren auf dem deutschen Markt aktiv und beschäftigen inzwischen mehr als 1.600 Mitarbeiter an 18 Standorten.

Als größtes Privatunternehmen Chinas ist uns der Dialog zwischen Deutschland und China sowie das gegenseitige Kennenlernen der beiden Länder ein Anliegen. Infolgedessen haben wir TNS Infratest beauftragt, die Wahrnehmung und die Realität der deutsch-chinesischen Beziehungen zu untersuchen und gegenüberzustellen, um auf diese Weise den deutsch-chinesischen Dialog mit sachlichen Erkenntnissen zu bereichern.

In den vergangenen Jahren und Jahrzehnten wurde China insbesondere als verlängerte Werkbank des Westens wahrgenommen. Viele Unternehmen aus Europa und auch Deutschland haben ihre Produktion aufgrund niedriger Lohnkosten und anderer Faktoren nach China verlagert. Gleichzeitig hat sich China jedoch auch stark im Bereich Innovationen entwickelt. Bei der Zahl der internationalen Anmeldungen von Schutzrechten und Patenten belegt das Land inzwischen Platz vier hinter den USA,

Japan und Deutschland. Auch Huawei ist ein Beispiel für diese technologische Entwicklung. Von unseren weltweit 150.000 Mitarbeitern arbeiten 70.000 im Bereich Forschung & Entwicklung. Rund 4 Milliarden US-Dollar haben wir im Jahr 2011 in diesen Bereich investiert. Dabei forschen wir in 15 Zentren weltweit. Im Jahr 2011 war Huawei nach Aussage des Europäischen Patentamtes auf Platz 17 der innovativsten Unternehmen in Europa. In Deutschland sind wir mit unserer Technologie ein wichtiger Partner bei der Umsetzung der Breitbandstrategie der Bundesregierung sowie des Roll-outs von LTE und der Versorgung Deutschlands mit schnellem Internet.

Betrachtet man die Ergebnisse der vorliegenden Studie, so sehen bereits 56 Prozent der Deutschen Chinas Position bei technologischer Innovationskraft auf Platz eins oder im oberen Drittel. Ein eindeutiges Indiz dafür, dass China inzwischen nicht mehr nur als verlängerte Werkbank wahrgenommen wird.

Neben den zahlreichen Ergebnissen über die gegenseitige Wahrnehmung von Deutschen und Chinesen hoffen wir, in dieser Studie mit der Zusammenstellung von Fakten im Bereich Innovation auch das klassische bzw. alte Chinabild um eine wichtige und zukunftsorientierte Facette ergänzen zu können.

Toni Cheng
Chief Executive Officer
Huawei Technologies Deutschland GmbH

Vorwort

Olaf Reus



Kennenlernen schafft Normalität

Die Beziehungen zwischen Deutschland und China sind bereits zahlreich und vielfältig. Auf wirtschaftlicher, politischer und immer mehr auch auf gesellschaftlicher Ebene. China ist entsprechend in der Öffentlichkeit präsent – in den Medien und damit auch in den Köpfen der Bevölkerung. Und jeder bildet sich auf dieser Basis seine ganz persönliche Meinung über das Reich der Mitte. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen dabei ganz deutlich: Die Deutschen haben ein ambivalentes Bild von China. Auf unterschiedlichen Gebieten wird China sehr verschieden betrachtet. Dieses vielfältige Bild ist geprägt von Bewunderung, Neugierde, aber auch Befürchtungen. Teilweise basieren diese Wahrnehmungen auf Fakten, teilweise auf vagen Vorstellungen.

Sie sind auch sehr stark von den eigenen Erfahrungen mit China geprägt. Die Kontakte der Deutschen mit der chinesischen Kultur werden dabei immer zahlreicher: 40 Prozent der deutschen Befragten gaben aktuell an, dass sie eine Person aus China kennen, und 637.000 Deutsche reisten im vergangenen Jahr nach China – so viele wie niemals zuvor. Allerdings eine noch immer sehr geringe Zahl gemessen an der Gesamtbevölkerung. Das könnte ein Grund sein, warum auch erst 8 Prozent der Bevölkerung sich selbst als gute Kenner Chinas einschätzen.

Vor diesem Hintergrund erscheint es auch auf den ersten Blick nachvollziehbar, dass der schnelle wirtschaftliche Aufstieg Chinas von vielen Deutschen eher als Konkurrenz denn als Partnerschaft wahrgenommen wird. Auf den zweiten Blick sind gerade auf wirtschaftlicher Ebene die für beide Seiten profitablen Verflechtungen bereits sehr intensiv. China ist für Deutschland inzwischen der

drittgrößte Handelspartner weltweit. Rund 5.000 deutsche Unternehmen sind mit über 200.000 Mitarbeitern in China aktiv. In China ist „Made in Germany“ ein Gütesiegel und Unternehmen wie Siemens, Volkswagen oder Adidas kennt vor Ort jedes Kind. Anders sieht es aktuell noch aus, wenn man das Engagement chinesischer Unternehmen in Deutschland betrachtet: Geschätzt 900 Unternehmen mit ca. 7.300 Mitarbeitern sind hierzulande aktiv.

Für viele Deutsche sind die chinesischen Unternehmen in Deutschland auch ein erster Kontakt mit dem Land und eine erste Erfahrung mit der chinesischen Kultur. Interessanterweise haben im Rahmen der Studie 63 Prozent der befragten Deutschen eingeräumt, dass sie China nicht verstehen, weil die Kultur so anders ist.

Kultur verstehen, mehr übereinander erfahren! – Genau hier will die vorliegende Studie ansetzen. Was denken die Deutschen über China? Was die Chinesen über Deutschland? Stimmen die Wahrnehmungen mit der Realität überein? Diese Ergebnisse werden im Folgenden dargestellt.

Wir wollen hiermit einen Beitrag zum gegenseitigen Kennenlernen leisten und hoffen, so auch zu einer Versachlichung mancher Diskussion und einem Stück mehr Normalität im Miteinander zwischen Deutschland und China beitragen zu können.

Olaf Reus

Mitglied der Geschäftsleitung

Director Public Affairs & Communications

Huawei Technologies Deutschland GmbH

Methodensteckbrief

Wahrnehmung Chinas in Deutschland bzw. Deutschlands in China

170 Interviews

Personen aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen mit Entscheidungsbefugnis im Hinblick auf Investitionen und Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen. Im weiteren Verlauf als Wirtschaftsent-scheider gekennzeichnet.



1.000 Interviews

Personen ab 18 Jahren, die in Privathaushalten mit Telefonanschluss leben (Ergebnisse auf die Gesamtbevölkerung übertragbar). Im weiteren Verlauf als deutsche Bevölkerung gekennzeichnet.



80 Interviews

Personen, die ein politisches Amt, ein Regierungsamt, ein Amt in einer Partei oder ein politisches Mandat innehaben. Im weiteren Verlauf als Politiker gekennzeichnet.

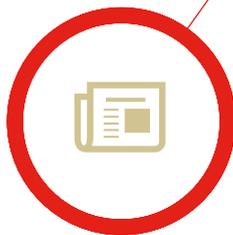


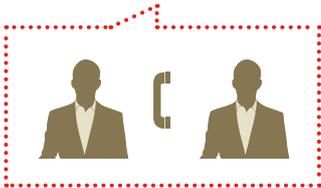
Bild
Der Spiegel
Die Welt
Financial Times Deutschland
Handelsblatt
Süddeutsche Zeitung





Befragungen

Zeitraum: 6. September bis 5. Oktober 2012



Telefonisch (CATI – Computer-aided Telephone Interviews) per Zufallsauswahl



Persönliche Interviews (Face to Face)



1.319 Interviews

Personen ab 18 Jahren, die in Privathaushalten in Großstädten leben (Ergebnisse übertragbar auf die Bevölkerung in den Ballungsräumen Schanghai, Peking, Shenyang, Guangzhou, Chengdu, Wuhan).



Medienanalyse

Zeitraum: 1. August bis 30. September 2012

Untersuchung von ausgewählten Printmedien zur Berichterstattung über China (in deutschen Medien) sowie über Deutschland (in chinesischen Medien).



Desk Research

Beschaffung, Zusammenstellung und Auswertung von Statistiken und Daten zu den Themenstellungen der vorliegenden Publikation.



Beijing Evening News
 Beijing Youth Daily
 CAIJING
 China Daily
 Economic Observer
 Global Times
 Nanfang Daily
 Oriental Morning Post
 People's Daily
 Shanghai Daily
 Wenhui Daily
 Yangcheng Evening News
 Yinhua Daily Telegraph
 21st Century Business Herald

Management Summary

China hat in den letzten 30 Jahren einen atemberaubenden Aufstieg und Wandel vollzogen und ist dadurch nicht nur auf politischer, sondern vor allem auch auf wirtschaftlicher Ebene ein wichtiger Akteur in der globalisierten Welt geworden. Auch für Deutschland spielt China eine immer wichtigere Rolle. Daran anlehnend wird in der vorliegenden Publikation empirisch untersucht, wie China vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen von den Deutschen in verschiedenen Bereichen wahrgenommen wird und umgekehrt wie die Chinesen Deutschland wahrnehmen. Darüber hinaus fokussiert die Studie auf die Wahrnehmung Chinas als Wirtschaftsmacht und geht der Frage nach, was die Deutschen damit verbinden. Dabei werden den im Rahmen der Befragung ermittelten Assoziationen und Einschätzungen offizielle Zahlen und Statistiken gegenübergestellt.

Zunehmender Austausch – geringe Kenntnis

Das Interesse an China und der Austausch zwischen Deutschland und China haben in den letzten Jahren stark zugenommen, sowohl in der Bevölkerung als auch vor allem in Wirtschaft und Politik, wie auch die Ergebnisse der Studie zeigen: Etwa jeder zehnte Deutsche und über ein Drittel der befragten Wirtschaftsentscheider und Politiker waren bereits in China. Die Mehrheit der Wirtschaftsentscheider arbeitet in Unternehmen, die bereits Geschäftsbeziehungen zu chinesischen Unternehmen pflegen (50 Prozent) bzw. planen, solche aufzubauen (28 Prozent). Trotz dieses engen Austausches schätzt nur ein sehr geringer Teil der Deutschen die eigenen Kenntnisse zu China als gut oder sehr gut ein. Vornehmlich sind dies Personen, die bereits in China waren. Chinesen waren viel seltener in Deutschland, schätzen ihren Kenntnisstand im Hinblick auf Deutschland jedoch etwas besser ein.

Das Chinabild der Deutschen ist sehr vielfältig – und wird vom Thema Wirtschaft dominiert

Die Deutschen verbinden mit China eine große Bandbreite an positiven wie auch negativen Assoziationen. Dementsprechend stellt sich das Chinabild der Deutschen als vielfältig und ambivalent dar. Dabei wird deutlich, dass China in Deutschland vor allem als starke Wirtschaftsnation präsent ist. Allerdings sind die Deutschen unentschlossen, ob die wirtschaftliche Stärke Chinas eher von Vorteil oder von Nachteil für Deutschland ist. Dagegen ist die Einschätzung der Deutschen in anderen Bereichen deutlich klarer. So wird Chinas Politik eher negativ wahrgenommen und die chinesische Kunst und Kultur ist überwiegend positiv besetzt. Das Deutschlandbild der Chinesen ist hingegen eindeutiger. Die Wahrnehmung Deutschlands ist insgesamt sehr positiv und ebenfalls sehr stark von wirtschaftlichen Aspekten geprägt.

China polarisiert und erscheint vielen Deutschen widersprüchlich

In Bezug auf das politische System erscheint China den Deutschen widersprüchlich: Viele Befragte stufen das Land gleichermaßen als sozialistisch und kapitalistisch ein. Im internationalen Vergleich sehen die Deutschen China unter den führenden Nationen im Bereich Wirtschaft und Militär und als sehr gut positioniert im Bereich Nachwuchsförderung und Bildung. Die Bevölkerung wird zudem als sehr leistungsorientiert, fleißig und diszipliniert eingestuft. Im Hinblick auf die Themen Klimaschutz und Achtung von Menschenrechten wird China jedoch sehr kritisch betrachtet und von den meisten Befragten global im unteren Drittel oder gar an letzter Stelle verortet.

Mediale Berichterstattung zu China eher negativ geprägt

Das Chinabild der Deutschen fußt nicht nur auf eigenen Erfahrungen, die sie mit China, Chinesen oder chinesischen Produkten und Unternehmen gemacht haben, sondern wird maßgeblich von der medialen Berichterstattung über das Land geprägt. Diese ist sowohl aus Sicht der Befragten als auch gemäß objektiven Ergebnissen einer Medienanalyse eher negativ geprägt. Insgesamt wird in Deutschland in der Presse etwa zehnmal so häufig über China berichtet wie umgekehrt in vergleichbaren chinesischen Publikationen über Deutschland. Die mit Abstand meisten Artikel behandeln das Thema Wirtschaft bzw. China als Wirtschaftsmacht, an zweiter Stelle folgt das Thema Menschenrechte.

Die Reputation Chinas ist niedrig im Vergleich zu der von Deutschland

Während Deutschland in China eine sehr hohe Reputation besitzt, bewegt sich der Reputationsindex Chinas sowohl in der deutschen Bevölkerung als auch bei Wirtschaftsentscheidern und Politikern auf einem relativ niedrigen Niveau. Betrachtet man die für den Reputationsindex herangezogenen fünf Bewertungsdimensionen, verzeichnet China bei den rationalen Komponenten („Einfluss in der Welt“ und „Innovationskraft“) hohe Werte, während die Bewertung der Deutschen auf der emotionalen Achse („Sympathie“ und „Vertrauenswürdigkeit“) sehr zurückhaltend ausfällt. Bei der allgemeinen Beurteilung zum „Guten Ruf“ ist auffällig, dass mehr als die Hälfte der Befragten unentschieden ist und China in Bezug auf diese Eigenschaft somit weder positiv noch negativ einstuft.

Die Wirtschaftsmacht Chinas wird als Bedrohung und Bereicherung gesehen

Die unentschlossene Haltung der Deutschen gegenüber der chinesischen Wirtschaft spiegelt sich am deutlichsten in der Frage wider, ob China eher als Bedrohung oder als Bereicherung für die deutsche Wirtschaft gesehen wird, wobei die Wahrnehmung als Bedrohung überwiegt. So wird China aufgrund seiner starken wirtschaftlichen Position sowie der hohen Wachstumsdynamik in vielen Bereichen als starke Konkurrenz und Bedrohung für den „Standort Deutschland“ wahrgenommen. Dies wird durch die zumeist günstigeren Preise chinesischer Produkte, aber auch durch die zunehmende Innovationskraft Chinas verstärkt. Auf der anderen Seite werden in der Stärke von Chinas Wirtschaft auch viele Chancen für Deutschland gesehen: Mit den chinesischen Investitionen fließt frisches Kapital in deutsche Unternehmen und Arbeitsplätze werden gestützt. Deutschland kann von den günstigen Produktionsbedingungen in China profitieren und seine Wettbewerbsfähigkeit dadurch in vielen Bereichen sicherstellen. Schließlich ist China mit 1,3 Milliarden Einwohnern ein riesiger Absatzmarkt, der durch die zunehmende Kaufkraft der einheimischen Bevölkerung weiteres Entwicklungspotenzial bietet.

China – Entwicklung von der verlängerten Werkbank zunehmend zum Innovationsführer

China gilt seit Jahren als verlängerte Werkbank des Westens und ist in vielen Köpfen als guter Produktionsstandort verankert. Aber auch damit einhergehende negative Aspekte wie schlechte Arbeitsbedingungen, mindere Qualität sowie das Kopieren westlicher Produkte werden damit verbunden. Doch China gewinnt gleichzeitig als Innovationsstandort immer mehr an Bedeutung. Dies findet sich auch in der Wahrnehmung der Befragten wieder. Besonders auffällig ist hierbei, dass die meisten davon ausgehen, dass sich China im Bereich technologische Innovationskraft weiter steigern wird. So hat sich China in den letzten Jahren zu einem relevanten Player bei der Anmeldung von Schutzrechten entwickelt.

1.1 Wie gut kennen die Deutschen China bzw. die Chinesen Deutschland? ^{S. 36}

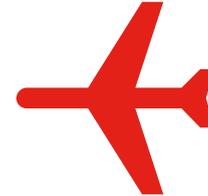
Es wurden die Erfahrungen der Deutschen mit China und der Chinesen mit Deutschland sowie der jeweilige Wissensstand über das andere Land untersucht. Die dargestellten Zahlen geben einen ersten Eindruck wieder.

Wohnsitze
86.435

Chinesen haben ihren ständigen Wohnsitz in Deutschland.¹



637.362 Besucher aus China in Deutschland in 2011³



50 Prozent

der befragten Wirtschaftsentscheider geben an, dass ihr Unternehmen Geschäftsbeziehungen zu China pflegt.⁴



2011
79,3 Mrd. Euro¹

chinesische Ausfuhren nach Deutschland

40 Prozent der Deutschen kennen Personen aus China und **7 Prozent** planen aktuell, nach China zu reisen.⁶

16 Prozent

der Deutschen würden gerne Chinesisch perfekt beherrschen.⁹

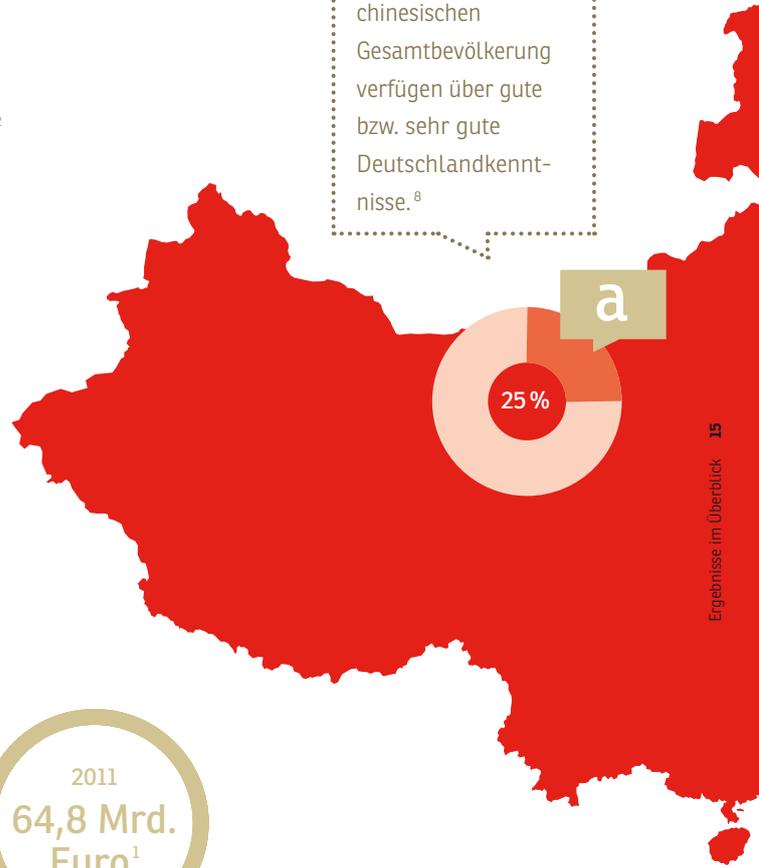


Wohnsitze
18.945
Deutsche haben ihren ständigen Wohnsitz in China.²



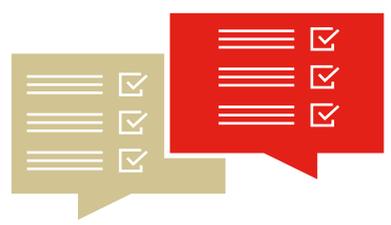
26 Prozent der chinesischen Gesamtbevölkerung verfügen über gute bzw. sehr gute Deutschlandkenntnisse.⁸

637.000 Besucher aus Deutschland in China in 2011⁴



deutsche Ausfuhren nach China

2011
64,8 Mrd. Euro¹



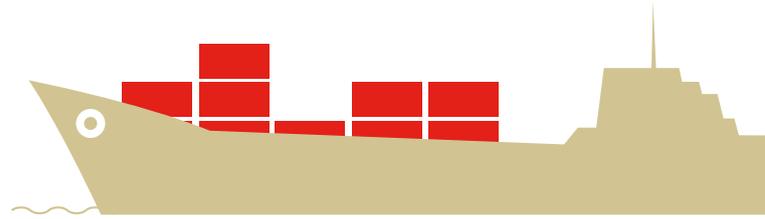
Über 40 Dialogmechanismen auf hoher Regierungsebene, davon viele zwischen Fachministern, Staatssekretären und Leitern von Regierungsbehörden⁷

¹ Statistisches Bundesamt 2012a ² Deutsche Botschaft Peking 2012 ³ Statistisches Bundesamt 2012b ⁴ CNTA 2012 ⁵ Basis n=170 ⁶ Basis n=1.000 ⁷ Auswärtiges Amt 2012 ⁸ Basis n=1.319 ⁹ USUMA 2008

1.2 Wie nehmen die Deutschen China bzw. die Chinesen Deutschland wahr? ^{S. 52}

Für eine genauere Analyse der Wahrnehmung Chinas durch die Deutschen bzw. Deutschlands durch die Chinesen wurde diese jeweils anhand der vier Bereiche Sport, Kunst und Kultur, Politik und Wirtschaft näher beleuchtet. Die vorliegende Auswahl zeigt erste Ergebnisse.

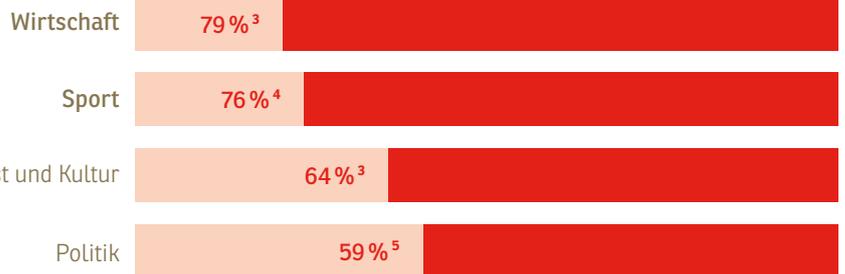
56 Prozent
der Deutschen nutzen
chinesische Produkte.¹



3 Prozent der Chinesen
essen häufig deutsch.²

Wirtschaft und Sport

Am positivsten wird Deutschland von den Chinesen in den Bereichen Wirtschaft und Sport wahrgenommen.

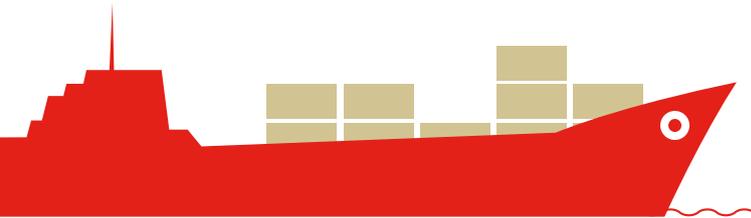


Die häufigsten
Assoziationen der
deutschen Bevöl-
kerung mit China¹

Hundertfünfzig

In China gibt es über 150
verschiedene Sportzeitungen
und -zeitschriften.⁹





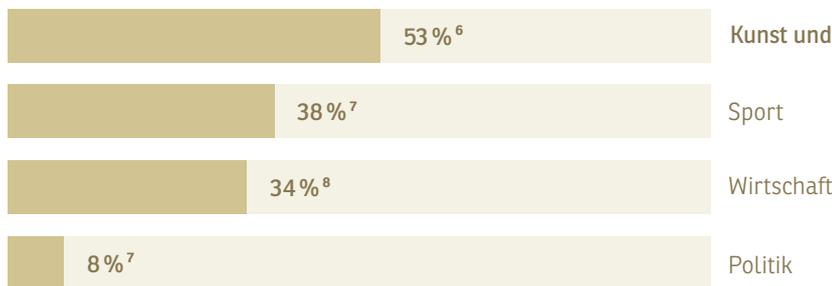
21 Prozent
der Chinesen nutzen
deutsche Produkte.²



Ergebnisse im Überblick 17

Kunst und Kultur

Am positivsten wird China von den Deutschen im Bereich Kunst und Kultur wahrgenommen.



Drei von fünf

Unter den fünf erfolgreichsten Künstlern 2011 befinden sich drei Chinesen. Zudem waren unter den 100 wichtigsten Kunstversteigerungen 30 in Hongkong, Peking oder Hangzhou.¹⁰

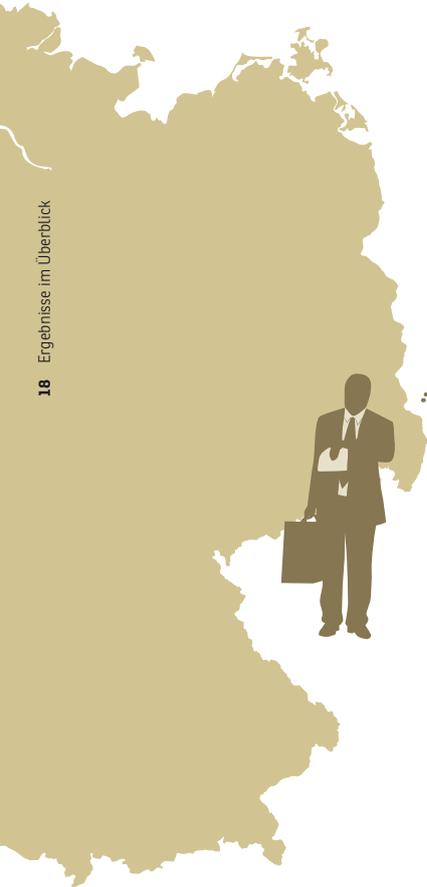
Die **häufigsten Assoziationen** der chinesischen Bevölkerung mit Deutschland²



¹ Basis n=1.000 ² Basis n=1.319 ³ n=1.227 ⁴ Basis n=1.274 ⁵ Basis n=1.192
⁶ Basis n=875 ⁷ Basis n=926 ⁸ Basis n=980 (Basen 3-8: Top-2-Werte) ⁹ Uni Tübingen 2008 ¹⁰ Artprice 2012

1.3 Wie schätzen die Deutschen China und die Chinesen Deutschland zu ausgewählten Themenstellungen ein? ^{S. 62}

In diesem Kapitel geht es um die Wahrnehmung der Chinesen bzw. der Deutschen in den Themenbereichen Wirtschaft, Bildung und Leistungsorientierung, Staatsform, Militär und Menschenrechte sowie Umweltschutz. Die Zahlen zeigen erste Ergebnisse im Überblick.



78 Prozent der Wirtschaftsentscheider stimmen zu, dass die Chinesen sehr diszipliniert sind.

83 Prozent der Wirtschaftsentscheider stimmen zu, dass die Chinesen sehr fleißig sind.⁸

1. Platz

Norwegen

9. Platz

Deutschland



16. Mathematik



13. Naturwissenschaften



20. Leseverständnis

Ländervergleich nach Höhe des Bildungsgrads³

Menschen mit tertiärem Abschluss (in Mio.)

1990



2010



5 Mio.³



1990

8 Mio.³



2010

Amtliche Bezeichnung:

Bundesrepublik Deutschland

Einwohner:

81.305.856⁵ (Schätzung Juli 2012)

Lebenserwartung:

80,2 Jahre⁶

Kindersterblichkeit (m/w):

5/5 pro 1.000 Lebendgeburten⁶

Alphabetisierungsrate:

96 Prozent⁷

Deutsche haben einen gesetzlichen Urlaubsanspruch von 24 Tagen im Jahr.⁴



Platzierung beim Human Development Index¹

Der Index für menschliche Entwicklung der Vereinten Nationen ist ein Wohlstandsindikator für Länder.

101. Platz
China

70 Prozent der Chinesen stimmen zu, dass die Deutschen sehr diszipliniert sind.

79 Prozent der Chinesen stimmen zu, dass die Deutschen sehr fleißig sind.⁹



1. Mathematik



1. Naturwissenschaften



1. Leseverständnis



PISA-Studie²

Platzierung 2009

1990

2010

 **8 Mio.**³
1990



57 Mio.³
2010



Chinesen haben einen gesetzlichen Urlaubsanspruch von 10 Tagen im Jahr.⁴

(Nach zehnjähriger Unternehmenszugehörigkeit)

Amtliche Bezeichnung:

Volksrepublik China

Einwohner:

1.343.239.923⁵ (Schätzung Juli 2012)

Lebenserwartung:

73,5 Jahre⁵

Kindersterblichkeit (m/w):

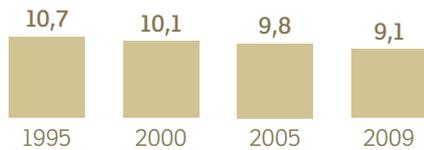
25/35 pro 1.000 Lebendgeburten⁵

Alphabetisierungsrate:

93,7 Prozent (ohne Hongkong)⁵

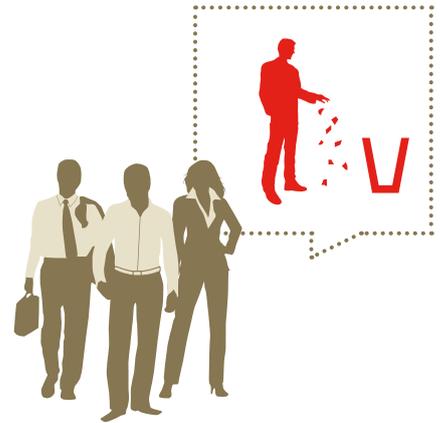


Kohlendioxidemissionen in Tonnen je Einwohner in Deutschland⁴



Klimaschutz

82 Prozent der Deutschen sehen Chinas Position im internationalen Vergleich im Bereich Klimaschutz auf dem letzten Platz bzw. im unteren Drittel. **36 Prozent** sagen, China ist Letzter.¹



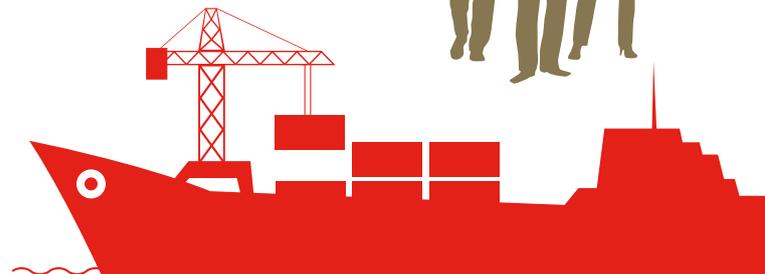
50 Prozent

der Wirtschaftsentscheider sehen China im Bereich erneuerbare Energien als innovativ an.³

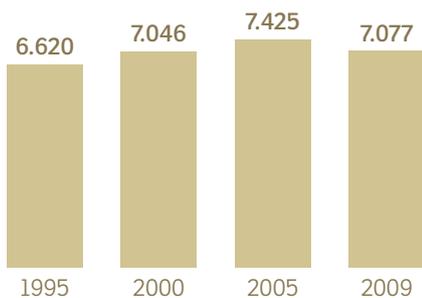


Wirtschaft Chinas

88 Prozent der deutschen Bevölkerung sagen, dass China als Wirtschaftsmacht entweder die erste Position einnimmt (20 Prozent) oder sich im oberen Drittel befindet (68 Prozent).¹



Bruttostromverbrauch in kWh je Einwohner in Deutschland⁵



49 Prozent

der Deutschen stimmen zu, dass die Chinesen ein friedliches Volk sind.¹





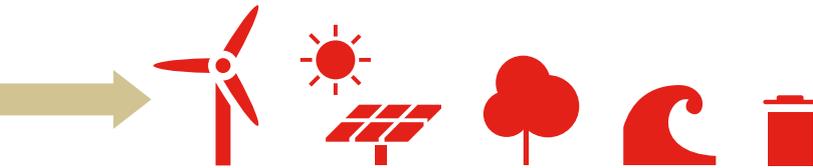
Klimaschutz

71 Prozent der Chinesen sehen Deutschland als eine der führenden Nationen im Klimaschutz an. **73 Prozent** sind davon überzeugt, dass in Deutschland bei der Produktion viel Wert auf Umweltschutz gelegt wird.²

■ Deutschland ■ China



Kohlendioxidemissionen in Tonnen je Einwohner in China⁵

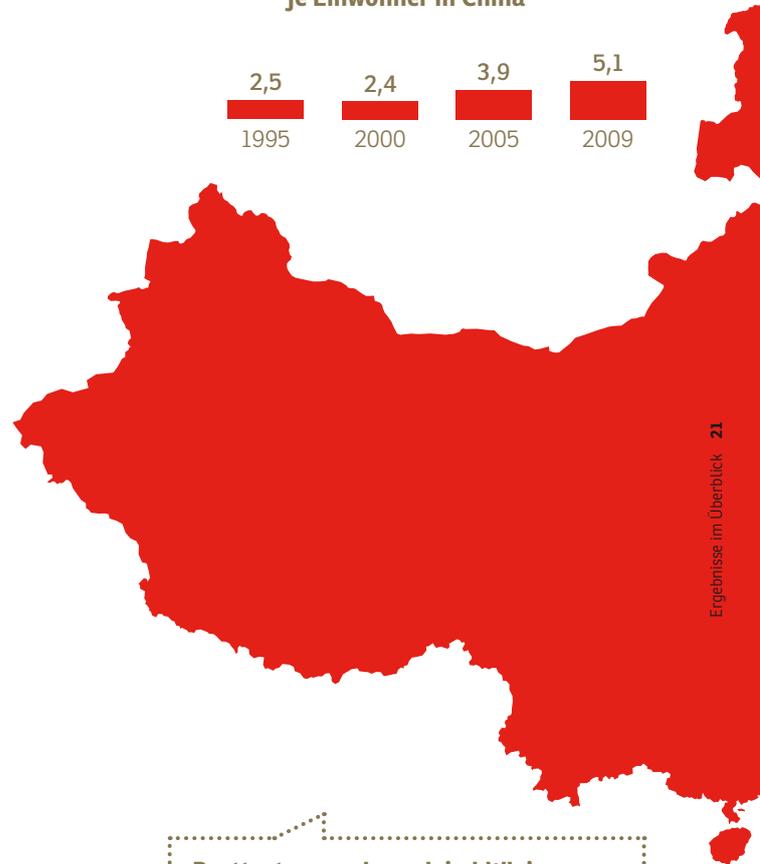


Wirtschaft Deutschlands

23 Prozent der Chinesen glauben, Deutschland wäre die Wirtschaftsmacht Nummer eins.²



Bruttostromverbrauch in kWh je Einwohner in China⁵



¹ Basis n=1.000 ² Basis n=1.319 ³ Basis n=170
⁴ Statistisches Landesamt Sachsen 2012 ⁵ Statistisches Bundesamt 2011

1.4 Wie wird China bzw. Deutschland in den Medien dargestellt? ^{S. 76}

Ausgewertet wurden 250 deutschsprachige und 56 chinesischsprachige Artikel im Zeitraum von August bis September 2012. Die vorliegende Auswahl gibt ein Stimmungsbild aus positiven, negativen und neutralen Artikeln in diesem Zeitraum wieder.

» Die chinesische Enttäuschung «

Handelsblatt, 23. August 2012

» Chinas Aktien auf neuem Tiefpunkt «

Handelsblatt, 6. September 2012

» Chinesen essen deutsch «

Süddeutsche Zeitung, 25. August 2012

» China macht kurzen Prozess «

Financial Times Deutschland, 10. August 2012

» Trendwende in China «

Handelsblatt, 21. August 2012



» China fördert weniger seltene Erden «

Financial Times Deutschland, 9. August 2012



» China plant Mega-Konjunkturschub «

Handelsblatt, 24. August 2012

» China bereitet Machtwechsel vor «

Süddeutsche Zeitung, 6. August 2012

» China droht mit Wirtschaftskrieg «

Die Welt, 18. September 2012

» Wasser-Schlacht auf dem Meer! «

Bild, 26. September 2012

» China vor Bankenrettung «

Handelsblatt, 5. September 2012

» Weltweite Kollateralschäden «

Wirtschaftswoche, 13. August 2012



» Merkel will sich in China für Journalisten einsetzen «

Süddeutsche Zeitung, 28. August 2012

» China ist der falsche Sündenbock «

Handelsblatt, 18. September 2012

» Chinas Strand der langen Messer «

Die Welt, 15. August 2012

» Aufholjagd im Zeitraffer «

Handelsblatt, 24. August 2012

» Solarfirmen erhöhen Druck auf China «

Handelsblatt, 26. September 2012



» Weinkampf unter der Sonne «

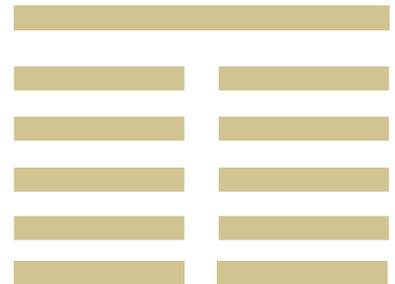
Financial Times Deutschland, 24. September 2012

» Jetzt kopieren wir die Chinesen «

Die Welt, 11. September 2012

» EU-Staaten fürchten Handelskrieg «

Financial Times Deutschland, 12. September 2012



» German media: German male pingpong team shakes China's domination «

Xinhua Daily Telegraph, 8. August 2012

» Hessen favorite destination for Chinese investors «

China Daily, 20. September 2012

» German Chancellor Angela Merkel to visit China «

People's Daily, 24. August 2012

» Germany's manufacturing becomes prosperous in 125 years «

Global Times, 31. August 2012

» Key issues regarding European debt crisis converge «

Nanfeng Daily, 12. September 2012



» German mayor invites Beijing residents to visit Cologne «

Beijing Youth Daily, 27. September 2012

» Luxurious blend of old and new «

China Daily, 29. September 2012

» 'Citizenship' not necessarily mean homogenization «

Global Times, 24. September 2012

» Germany should balance world politics «

Global Times, 31. August 2012

» Hu Jintao meets German Chancellor Angela Merkel «

People's Daily, 31. August 2012

» European defense merger draws misgivings «

Wenhui Daily, 26. September 2012



» German inflation slows «

Global Times (English Edition), 27. September 2012

» Germany agrees to save euros «

Global Times, 13. September 2012

» German drivers required to learn how to escape «

Global Times, 6. August 2012

» Little artists bring rich Chinese styles «

Wenhui Daily, 28. September 2012



» Germany sees growing debts and becomes a poor country with rich people «

Global Times, 20. September 2012

» Germany plans offer 'parental leave' to grandparents «

Global Times, 28. September 2012

» Wang Qishan meets German Financial Minister Wolfgang Schäuble «

People's Daily, 31. August 2012

» Merkel warns against hasty action «

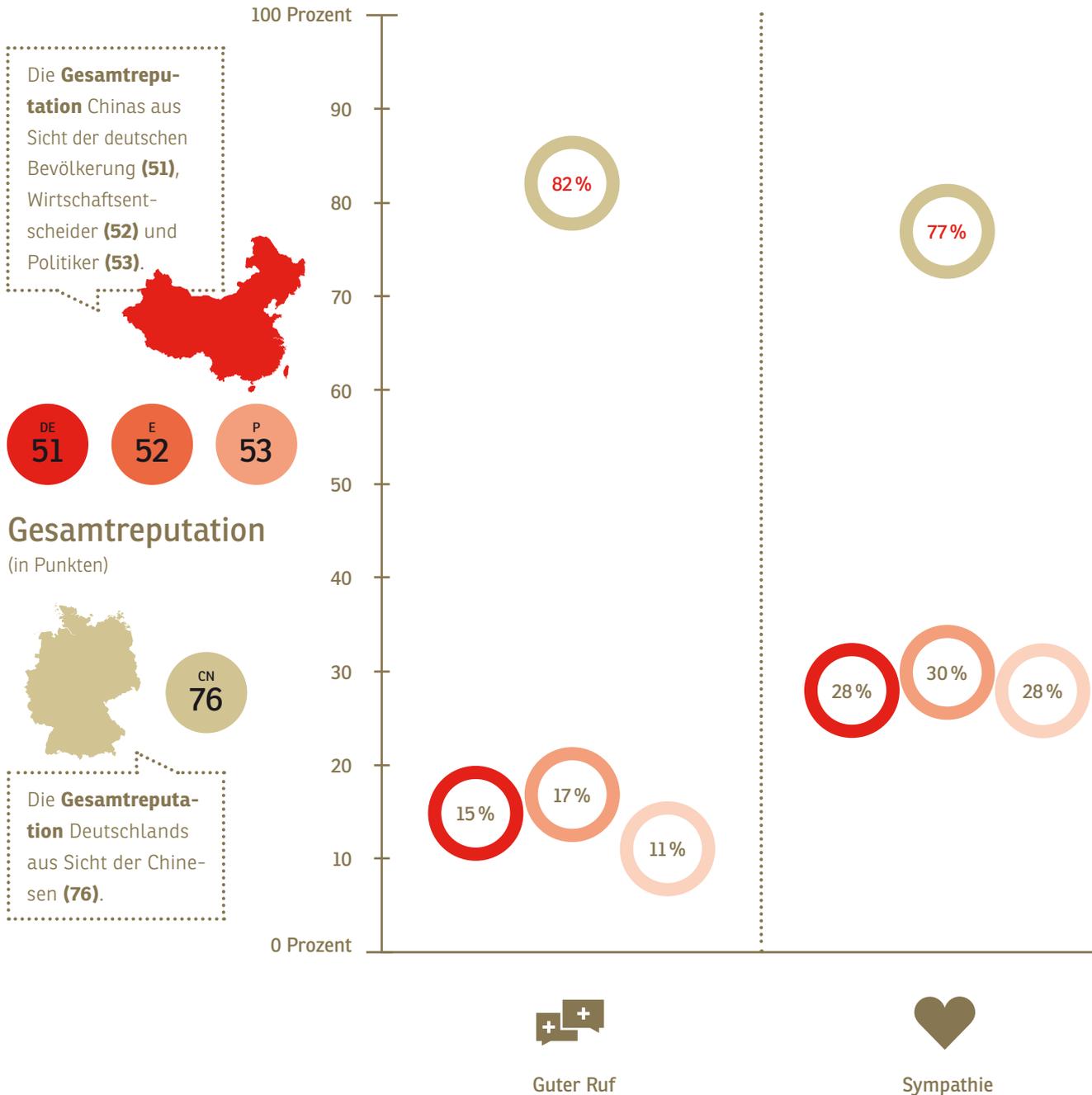
Global Times (English Edition), 26. September 2012

» Chinese investors in Germany undergo three changes «

Beijing Youth Daily, 27. September 2012

1.5 Reputation Deutschlands und Chinas S. 80

Die Reputation der beiden Länder wurde anhand von fünf Kerndimensionen der Wahrnehmung eines Landes evaluiert. Diese münden in einem Reputationsindex, der sowohl emotionale als auch rationale Komponenten umfasst. Die Zahlen zeigen den Reputationsindex für China und Deutschland sowie die Bewertungen (Top-2-Werte) innerhalb der fünf Kerndimensionen.





Die Reputation Chinas aus Sicht der **Deutschen (DE)**



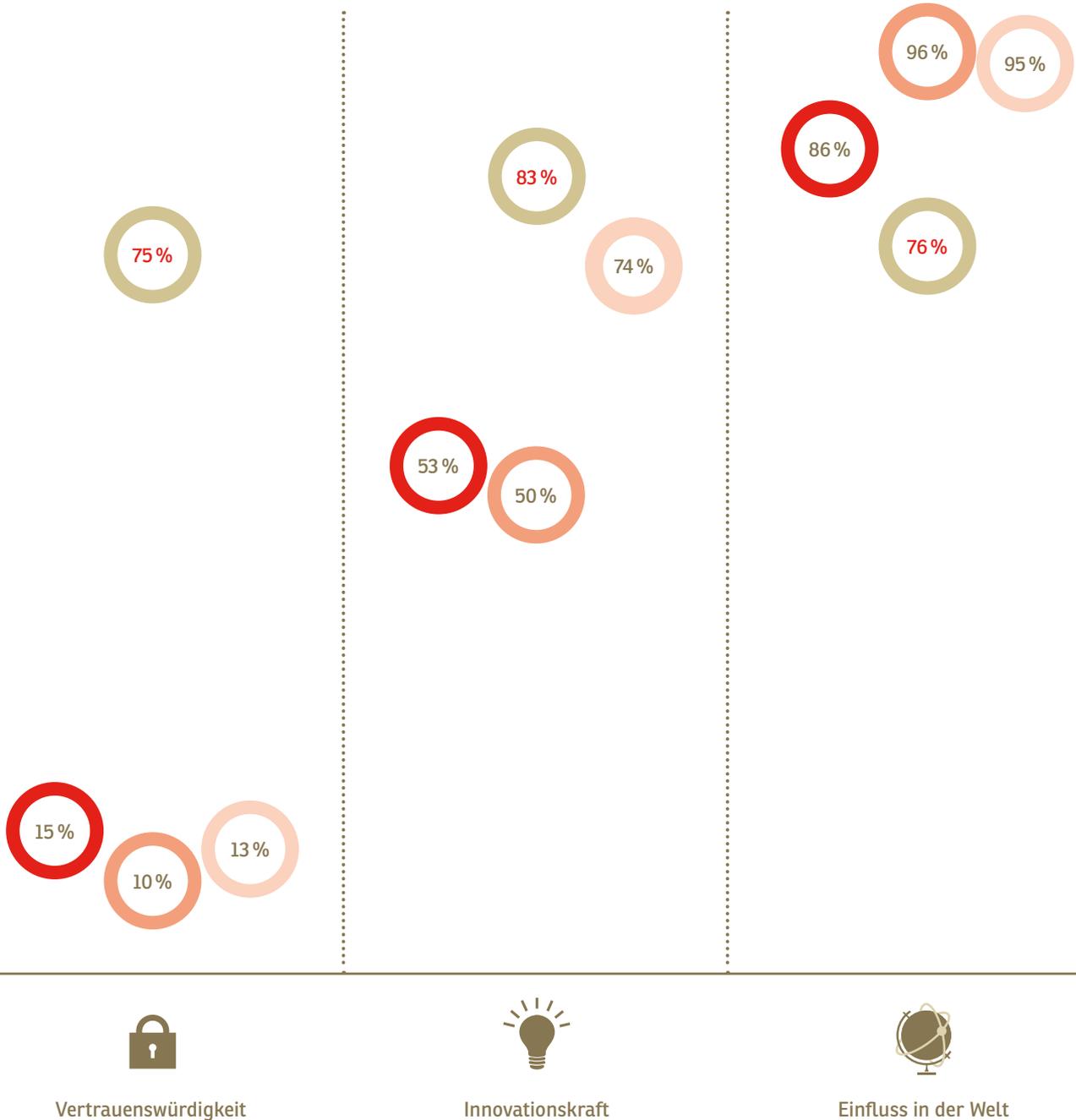
Die Reputation Chinas aus Sicht der **Wirtschaftsentscheider (E)**



Die Reputation Chinas aus Sicht der **Politiker (P)**



Die Reputation Deutschlands aus Sicht der **Chinesen (CN)**



Vertrauenswürdigkeit



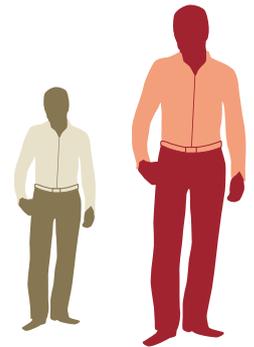
Innovationskraft



Einfluss in der Welt

2.1 Wirtschaftsmacht China – Bedrohung oder Bereicherung? ^{S. 88}

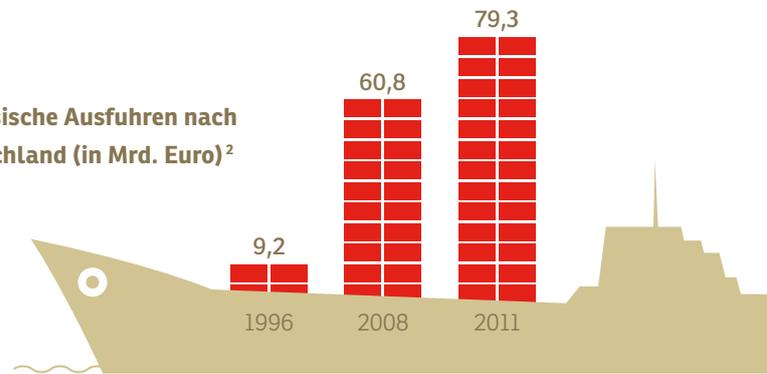
Die vorliegenden Zahlen geben einen ersten Eindruck wieder, welche Aspekte die Deutschen mit der Einschätzung Chinas als Wirtschaftsmacht verbinden und ob diese eher als Bedrohung oder als Bereicherung für Deutschland wahrgenommen werden.



74 Prozent

der Deutschen befürchten, dass China zu mächtig wird.¹

Chinesische Ausfuhren nach Deutschland (in Mrd. Euro)²



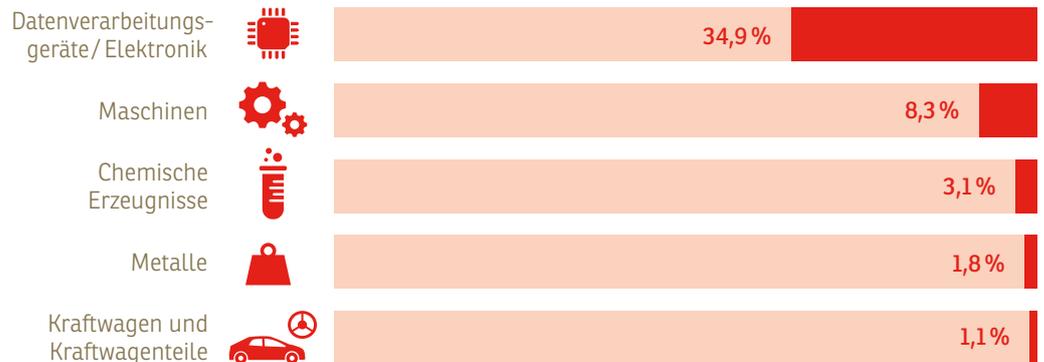
54 Prozent

der Wirtschaftsentscheider mit Geschäftsbeziehungen zu China sind damit zufrieden.³



Chinesische Ausfuhren nach Deutschland²

Anteile ausgewählter Warengruppen 2011



Die in Deutschland **bekanntesten chinesischen Unternehmen** sind:¹

Lenovo
Yingli Solar
Tsing Tao
Huawei

Rund **900** chinesische Unternehmen gibt es in Deutschland.⁴



63 Prozent

der Deutschen sagen, viele Deutsche verstehen China nicht, weil die Kultur so anders ist.¹

Die in China **bekanntesten deutschen Unternehmen** sind:⁵

Siemens
Volkswagen
Adidas
Nivea

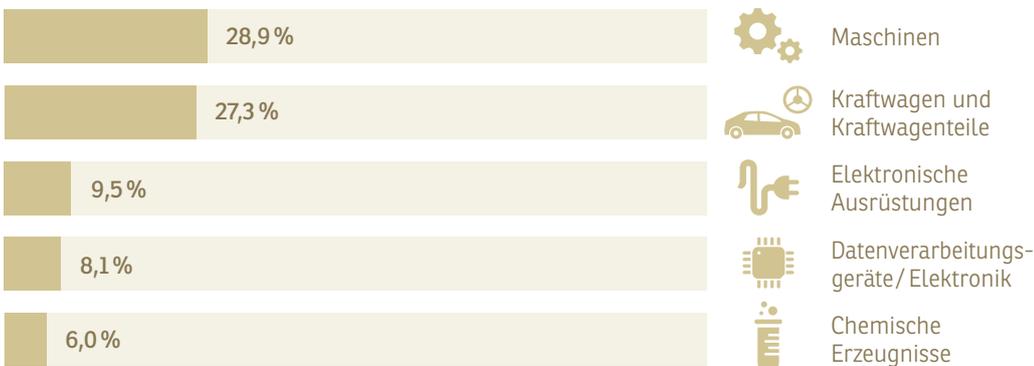


45 Prozent

der deutschen Bevölkerung bewerten China als eine Bereicherung für die deutsche Wirtschaft.¹

Deutsche Ausfuhren nach China²

Anteile ausgewählter Warengruppen 2011



¹ Basis n=1.000 ² Statistisches Bundesamt 2012a und 2012e
³ Basis n=104 ⁴ Auswärtiges Amt 2012 ⁵ Basis n=1.319

2.2 China zwischen Werkbank und Innovationsführer S. 104

Es wird der Frage nachgegangen, ob das Bild als verlängerte Werkbank oder als Innovationsführer die Wahrnehmung Chinas in Deutschland dominiert und was genau die Deutschen mit dem jeweiligen Bild verbinden. Die dargestellten Zahlen illustrieren erste Ergebnisse.

56 Prozent

der Deutschen sehen Chinas Position bei technologischer Innovationskraft auf Platz 1 oder im oberen Drittel.¹



70 Prozent

der Wirtschaftsentscheider sagen, dass China im Bereich IKT innovativ ist. Damit halten sie IKT für die innovativste Branche.²



Schweiz – innovativstes Land weltweit³

1. Platz

Schweiz

15. Platz

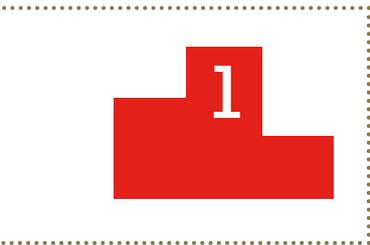
Deutschland

Erfindungen aus Deutschland⁵

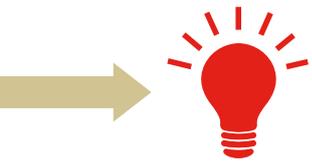
- | | | | |
|---|---------------|---|-----------|
|  | Airbag |  | Buchdruck |
|  | Auto |  | Chipkarte |
|  | Bakteriologie |  | Computer |
|  | Bier |  | Zahnpasta |



Patentanträge aus Deutschland



54 Prozent der Deutschen sagen, dass China für Deutschland in erster Linie ein Produktionsstandort ist.¹



China belegt den 34. Platz der innovativsten Länder weltweit, ist jedoch führend beim Umsetzen von Innovations-Inputs in konkrete Innovationsergebnisse.³
 (Global Innovation Index, insgesamt 141 Länder im Ranking)

34. Platz
China

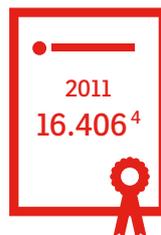


Erfindungen aus China^{6,7}

-  Druckkunst
-  Papier
-  Eiscreme
-  Porzellan
-  Elektronische Zigarette
-  Schießpulver
-  Kompass
-  Schubkarre



Patentanträge aus China



¹ Basis n=1.000 ² Basis n=170 ³ Booz & Company; INSEAD; Alcatel-Lucent; Confederation of Indian Industry; WIPO 2012 ⁴ WIPO 2012 ⁵ RP OnLine 2012a ⁶ Oppis World 2012 ⁷ Random History 2009

Ländersteckbriefe

Deutschland und China

Deutschland China

Befragungsergebnis der Chinesen:

35 Prozent sehen China bis maximal zehnmal größer an.



Befragungsergebnis der Deutschen:

46 Prozent schätzen China ein- bis zehnmal größer ein.

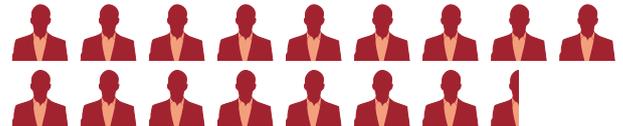


Ländergröße¹

Fakt: **357.022 km²**
1-mal
Fakt: **9.596.961 km²**
27-mal

Einwohnerzahl¹

Fakt: **81.305.856**
(Schätzung Juli 2012)
Fakt: **1.343.239.923**
(Schätzung Juli 2012)



Befragungsergebnis der Deutschen:

23 Prozent denken, dass in China maximal 800 Millionen Menschen leben.

Befragungsergebnis der Chinesen:

22 Prozent denken, dass in Deutschland weniger als 20 Millionen Einwohner leben.

Fakt:

45,3 Jahre

Durchschnittsalter¹

Fakt:

35,9 Jahre

Bruttoinlandsprodukt²

Fakten: **BIP 3,6 Mrd. US-Dollar**
BIP / Kopf 43.742 US-Dollar
Fakten: **BIP 7,3 Mrd. US-Dollar**
BIP / Kopf 5.414 US-Dollar



BIP

BIP / Kopf



BIP / Kopf

BIP

Durchschnittseinkommen³

Fakt: **43.070 US-Dollar** (ca. 33.400 Euro)
Fakt: **4.270 US-Dollar** (ca. 3.300 Euro)

Befragungsergebnis der Chinesen:

29 Prozent sehen die Internetnutzung in Deutschland zwischen 61 und 80 Prozent.

Befragungsergebnis der Deutschen:

27 Prozent schätzen die Internetnutzung in China auf 21 bis 40 Prozent.

Internetnutzer⁴

Fakt: **67.364.898** (Stand 30.06.2012) Fakt: **513.100.000** (Stand 31.12.2011)



Befragungsergebnis der Chinesen:

57 Prozent schätzen die Urlaubstage auf 21 Tage und mehr.

Befragungsergebnis der Deutschen:

41 Prozent denken, dass Chinesen zwischen sechs und zehn Tagen Urlaub haben.

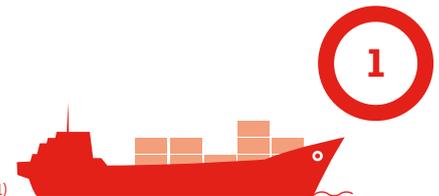
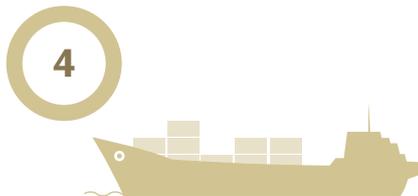
Urlaubstage⁵

Fakt: **24 Tage im Jahr** Fakt: **10 Tage im Jahr**



Export¹

Fakt: **1,4 Mrd. US-Dollar** (2011) Fakt: **1,9 Mrd. US-Dollar** (2011)
Rang 4 im internationalen Vergleich **Rang 1 im internationalen Vergleich**



Millionenstädte⁶

Fakt: **4** Fakt: **166**



In China zählt auch das umliegende Verwaltungsgebiet zum Stadtgebiet. Dies wirkt sich entsprechend auf die Höhe der Einwohnerzahl aus.

CO₂-Ausstoß⁷

Fakt: **802,8 Mio. Tonnen** (2011) Fakt: **8.979 Mio. Tonnen** (2011)
Rang 6 im internationalen Vergleich **Rang 1 im internationalen Vergleich**



¹ CIA World Fact Book 2012 ² IWF 2012 ³ Statistisches Bundesamt 2012c
⁴ Internet World Stats 2012 ⁵ Mercer 2009 ⁶ Statistisches Bundesamt 2012a ⁷ BP 2012

1. Das Chinabild der Deutschen und Deutschland aus Sicht der Chinesen – eine Bestandsaufnahme

China und Deutschland sind in den vergangenen 40 Jahren auf unterschiedlichsten Ebenen näher zusammengerückt. Nichtsdestotrotz gibt es noch vielfältige Lücken im gegenseitigen Verständnis, die es zu schließen gilt. Zwar lassen sich die Beziehungen zweier Länder durch verschiedenste Maßnahmen auf wirtschaftlicher, gesellschaftspolitischer oder kultureller Ebene verbessern, so u. a. durch den Rechtsstaatdialog zwischen Deutschland und China. Doch Deutschland und China bleiben in Bezug auf **die wirtschaftliche und politische Orientierung und Entwicklung** aufgrund **unterschiedlicher gesellschaftlicher Traditionen, kultureller Wurzeln und historischer Gegebenheiten** sehr verschieden. Diese Tatsache, gepaart mit teilweise unzureichender Kenntnis des Landes und auf falschem Wissen basierenden Missverständnissen, führt in großen Teilen der deutschen Bevölkerung zu einem **heterogenen, wenig greifbaren Bild Chinas**, das in zwei entgegengesetzten Fragestellungen kumuliert: Stellt China eine **reale Bedrohung** für uns

Deutsche dar oder bieten sich **viele neue Chancen** durch die wirtschaftliche und politische Stärke sowie die Vielfalt des Landes? Um diesen beiden Fragestellungen im zweiten Teil der Studie näherzukommen, wird im ersten Teil auf Basis von aktuellen Befragungsergebnissen dargestellt, **welche Chinabilder die persönliche Wahrnehmung der deutschen Bevölkerung sowie deutscher Wirtschaftsentscheider und Politiker** dominieren, und diese werden anhand von Fakten und statistischen Kennzahlen in einen Gesamtkontext gestellt. Kontrastierend dazu wird die **Wahrnehmung Deutschlands aus Perspektive der chinesischen Bevölkerung** gegenübergestellt. Zudem wird im Rahmen einer Medienanalyse zusätzlich gezeigt, wie **China bzw. Deutschland in der öffentlichen Berichterstattung** des jeweils anderen Landes dargestellt werden. Abschließend wird die **Reputation der beiden Länder** anhand von fünf Kerndimensionen der Wahrnehmung eines Landes erörtert. Diese münden in einem **Reputationsindex**, der sowohl emotionale als auch rationale Komponenten abdeckt.

1.1 Wie gut kennen die Deutschen China bzw. die Chinesen Deutschland?

Der Startpunkt der deutsch-chinesischen Partnerschaft in der jüngeren Geschichte liegt heute 40 Jahre zurück. 1972 nahmen die Bundesrepublik Deutschland und die Volksrepublik China erste diplomatische Beziehungen auf. In diesen zurückliegenden vier Jahrzehnten haben sich China und Deutschland stark angenähert, wobei sich die Beziehung zueinander vielfältig und erfolgreich entwickelt. Betrachtet man die wirtschaftlichen Beziehungen, so exportierten deutsche Unternehmen 1972 Waren im Wert von 270 Millionen US-Dollar nach China. Im Jahr 2011 betragen die deutschen Ausfuhren nach Angaben des Statistischen Bundesamtes bereits 64,8 Milliarden Euro (90,4 Milliarden US-Dollar, +20,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr), die deutschen Einfuhren aus China 79,3 Milliarden Euro (+2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr; vgl. Statistisches Bundesamt 2012a). Damit ist China aktuell der wichtigste Wirtschaftspartner Deutschlands in Asien, gleichzeitig ist Deutschland auch Chinas wichtigster Handelspartner in Europa.

Auch auf politischer Ebene zeigt sich die zunehmende Annäherung beider Staaten: In einer gemeinsamen Erklärung von Bundeskanzlerin Angela Merkel und Premier Wen Jiabao vom

Juli 2010 wurden die bilateralen Beziehungen betont. Seitdem wollen sich beide Seiten etwa bei jährlichen Regierungskonsultationen, wie sie diesen Spätsommer wieder stattgefunden haben, noch enger abstimmen.

Neben den politischen und wirtschaftlichen Bestrebungen werden auch im kulturellen Bereich zahlreiche Aktivitäten unternommen. Für Bürger in Deutschland soll China besonders durch Kultur erlebbar sein. Ein Beispiel hierfür ist, dass 2012 das Kulturjahr Chinas in Deutschland stattfindet. Seit der Aufnahme der diplomatischen Beziehungen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Volksrepublik China im Jahr 1972 ist dies die größte und vielfältigste derartige Veranstaltungsreihe. Bei dem von der chinesischen Regierung initiierten und geförderten Kulturjahr stehen über 150 Projekte und mehr als 500 Veranstaltungen aus den Bereichen Musik, Theater, Tanz, Literatur, Film, Architektur, bildende Künste und Kunst im öffentlichen Raum auf dem Programm. Diesem vorausgegangen war das „Deutsch-Chinesische Jahr der Wissenschaft und Bildung 2009/2010“. Hier hatte die Bundesregierung das Ziel, die deutsch-chinesische Zusammenarbeit in der Wissenschaft und Bildung zu intensivieren.

1.1.1 Erfahrungen und Kenntnisse

Die deutsche Gesellschaft und China

Die gerade aufgeführten Aspekte zeigen, dass sich die Beziehungen zwischen China und Deutschland in den letzten Jahren deutlich verändert haben und inzwischen ein intensiver Austausch zwischen beiden Ländern stattfindet. Inwiefern sich dies nun auf der Ebene der persönlichen Erfahrungen und der Kenntnisse der deutschen Bevölkerung widerspiegelt, war ein Gegenstand der Befragung im empirischen Teil der vorliegenden Publikation. Konkret wurden für dieses Ziel vier Gruppen untersucht: die deutsche und die chinesische Bevölkerung sowie Wirtschaftsentwickler und Politiker aus Deutschland. Einleitend werden nun die Kontakte und Erfahrungen mit dem jeweils anderen Land in diesen vier Gruppen erläutert, beginnend mit der jeweiligen Bevölkerung in Deutschland und China.

Laut Befragung kennen 40 Prozent der Deutschen Personen aus China, jeder Zehnte gibt aktuell an, bereits in China gewesen zu sein, 7 Prozent planen momentan, nach China zu reisen. Es ist dabei erkennbar, dass aus Bevölkerungssicht vor allem der berufliche Kontakt zu China überwiegt. Jeder fünfte befragte Bürger gibt an, beruflich in Kontakt mit China zu stehen (20 Prozent), jeder dritte Befragte kann sich derzeit vorstellen, für ein chinesisches Unternehmen zu arbeiten (33 Prozent).

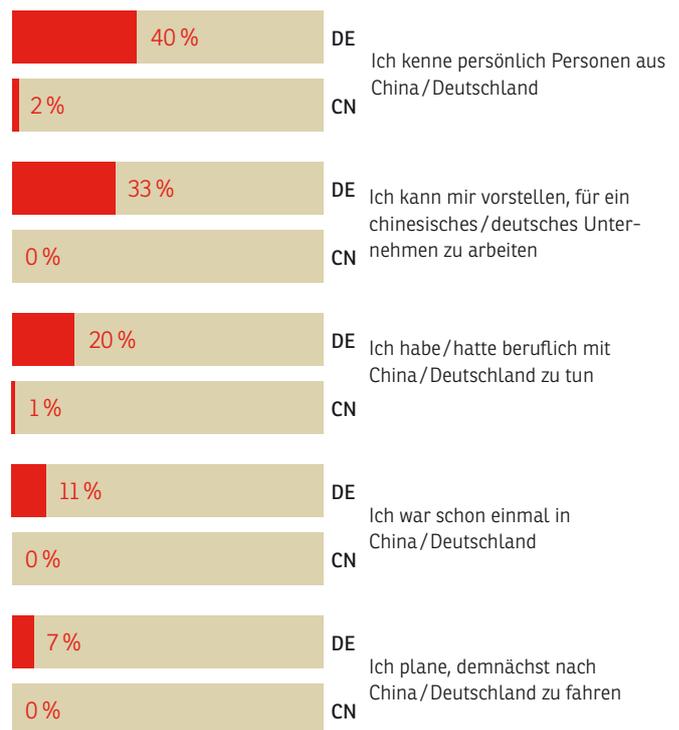
Ein etwas anderes Bild zeigt sich in der chinesischen Bevölkerung. Hier hatten bisher erst 2 Prozent persönlichen Kontakt zu Deutschen. Lediglich 1 Prozent gibt an, beruflichen Kontakt mit Deutschland zu haben, und ebenfalls 1 Prozent der Befragten arbeitet in einem deutschen Unternehmen. Einen Deutschlandaufenthalt plant derzeit kaum einer der befragten Chinesen.

Bei einer Betrachtung der Intensität persönlicher Kontakte wirkt es somit auf den ersten Blick so, als sei das Interesse der Deutschen an China deutlich höher als umgekehrt. Und auch die absoluten Zahlen aus dem Bereich Tourismus lassen diesen Schluss vermuten, wenn man die aktuellen Besucherzahlen in Relation zur Gesamtbevölkerung sieht. So waren 2011 637.000 Besucher aus Deutschland in China, also fast 1 Prozent der Gesamtbevölkerung. Damit reisten so viele Deutsche wie niemals zuvor in die Volksrepublik (vgl. CNTA 2012). Und auch

im weltweiten Vergleich nimmt China als Reiseziel für Deutsche einen vorderen Platz ein. Umgekehrt kamen 2011 nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 637.362 chinesische Bürger als Touristen nach Deutschland. Das sind rund 25 Prozent mehr als im Vorjahr, aber in Relation zu den deutschen Zahlen nur ein Bruchteil der Bevölkerung (vgl. Statistisches Bundesamt 2012b).

Bei der Interpretation der chinesischen Zahlen müssen jedoch spezifische Besonderheiten berücksichtigt werden: So sind Reisen nach Europa für chinesische Bürger häufig ein kostspieliger Luxus, den sich meist nur Besserverdiener leisten können. Eine weitere Hürde, die aus europäischer Sicht oftmals vernachlässigt wird, ist die Problematik der Visumbeschaffung für chinesische Bürger. Somit ist davon auszugehen, dass in den kommenden Jahren mit steigenden Einkommen und der Vereinfachung von Visaprozessen die Anzahl chinesischer Touristen (und Geschäftsreisender) deutlich steigen wird. Denn das tatsächliche Interesse der Chinesen an Deutschland ist sehr hoch, wie wir im weiteren Verlauf dieser Publikation noch sehen werden.

► **Abb. 1: Kontakte und Erfahrungen der Bevölkerung mit China bzw. Deutschland**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen vor. Bitte geben Sie an, was auf Sie zutrifft.
Mehrfachnennungen möglich.
Rundung auf ganze Zahlen kann den Wert 0 Prozent ergeben.

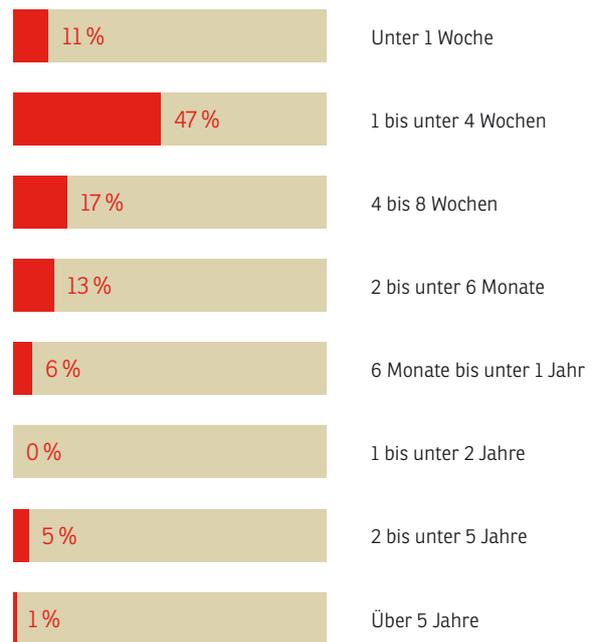
Der Chinaaufenthalt

Die häufigsten Gründe für einen Aufenthalt deutscher Bürger in China sind private Reisen (60 Prozent) und/oder Geschäftsreisen (44 Prozent). Immerhin jeder Fünfte war zu Besuch bei Verwandten oder Bekannten in China. Sprachreisen und Studentenaustausch wurden von 2 bzw. 4 Prozent angegeben. Amtliche Statistiken liefern darüber hinaus noch folgende interessante Fakten:

- Nach Angaben der chinesischen Behörden besaßen zum 30. Juni 2012 18.945 Deutsche eine Aufenthaltsgenehmigung für China und haben dort auch ihren ständigen Wohnsitz (vgl. Deutsche Botschaft Peking 2012). Auf der anderen Seite waren laut Statistischem Bundesamt 86.435 Personen aus China 2011 in Deutschland gemeldet (vgl. Statistisches Bundesamt 2012a).
- Der Austausch der beiden Länder auf Bildungsebene intensiviert sich zunehmend: Laut DAAD gibt es mittlerweile 750 Kooperationen zwischen chinesischen und deutschen Hochschulen. Die Zusammenarbeit gestaltet sich als sehr erfolgreich: 2011 war die Gruppe der chinesischen Studenten mit rund 23.000 die größte Gruppe aller ausländischen Studierenden in Deutschland. Im Vergleich war die Zahl deutscher Studenten in China sehr gering: 2011 waren an chinesischen Universitäten rund 4.000 deutsche Studenten eingeschrieben. In Deutschland sind aktuell noch vor allem englischsprachige Länder auf den vorderen Rängen zu finden (vgl. Statistisches Bundesamt 2012a).

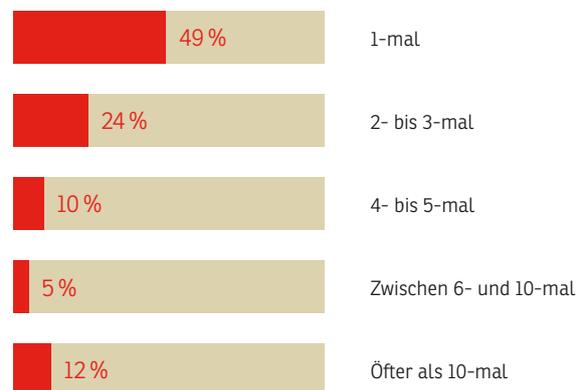
Jeder zweite deutsche Tourist war laut Studienergebnissen erst ein Mal in China (49 Prozent), immerhin jeder Zehnte gibt an, häufiger als zehn Mal vor Ort gewesen zu sein.

➤ Abb. 2: Dauer der Chinaaufenthalte der deutschen Bevölkerung



Basis: Personen in der deutschen Bevölkerung, die schon in China waren (DE) n=112
Frage: Und wenn Sie nun an die gesamte Dauer all Ihrer Aufenthalte denken, wie viel Zeit haben Sie dann insgesamt in China verbracht?
Rundung auf ganze Zahlen kann den Wert 0 Prozent ergeben.

➤ Abb. 3: Häufigkeit der Chinaaufenthalte der deutschen Bevölkerung



Basis: Personen in der deutschen Bevölkerung, die schon in China waren (DE) n=112
Frage: Und wenn Sie nun daran denken, wie häufig Sie bereits in China waren – wie oft war das?

Befragungsgruppe: Deutsche Bevölkerung

Jeder zweite deutsche Besucher in China war zwischen ein und vier Wochen vor Ort, immerhin sechs Prozent der Befragten waren zwei oder mehr Jahre in China.

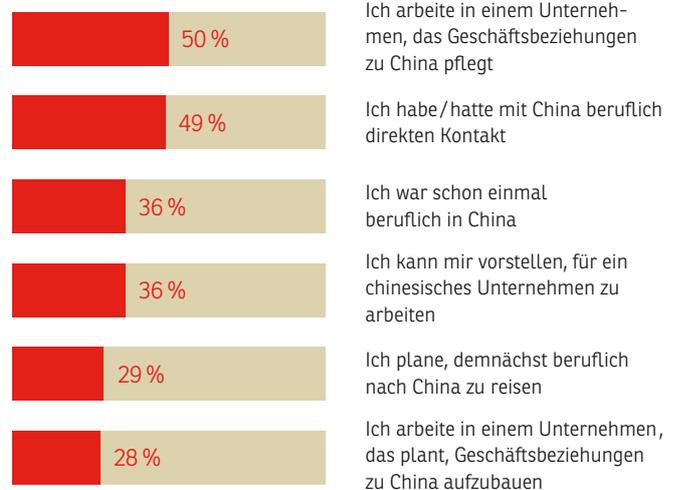
Wirtschaftliche Beziehungen und Erfahrungen

Wie gezeigt, findet in der Bevölkerung eine erste Annäherung zwischen China und Deutschland statt. Auf wirtschaftlicher Ebene ist dieser Prozess schon viel weiter vorangeschritten, hier wurden die Beziehungen zwischen China und Deutschland in den vergangenen Jahren kontinuierlich intensiviert:

- China ist der drittichtigste deutsche Handelspartner weltweit, nach Frankreich und den Niederlanden, aber vor den USA (vgl. Statistisches Bundesamt 2012a). Dabei ist China der fünftgrößte Abnehmer deutscher Exportprodukte (Ausfuhrwert 2011: 64,8 Milliarden Euro) und das zweitichtigste Ursprungsland deutscher Importe (Einfuhrwert 2011: 79,3 Milliarden Euro).
- Rund 5.000 deutsche Unternehmen mit über 200.000 Mitarbeitern sind aktuell in China aktiv, gleichzeitig nimmt auch die Zahl chinesischer Unternehmen in Deutschland zu. Nach aktuellen Schätzungen sind rund 900 chinesische Unternehmen (vgl. Auswärtiges Amt 2012) mit rund 7.300 Mitarbeitern in Deutschland ansässig (vgl. Bureau van Dijk 2012).
- Die deutsche Wirtschaft engagiert sich derzeit (noch) deutlich stärker in China als umgekehrt. Deutsche Unternehmen haben bis heute um ein Vielfaches mehr in China investiert als umgekehrt, allerdings kann ein steigendes Interesse aus China festgestellt werden. Nach Angaben des chinesischen Handelsministeriums (MofCom) betragen die Investitionen deutscher Unternehmen in China 2010 insgesamt rund 0,9 Milliarden US-Dollar. Im selben Zeitraum haben chinesische Unternehmen ca. 0,4 Milliarden US-Dollar in Deutschland investiert (vgl. Auswärtiges Amt 2012).

Interessant ist in diesem Zusammenhang die Frage, welchen Einfluss dieser zunehmende wirtschaftliche Austausch auf die involvierten Personen hat. Die im Rahmen der Untersuchung befragten Wirtschaftsentscheider zeigen folgende Einschätzungen: Jeder zweite befragte Entscheider gibt an, dass sein Unternehmen Geschäftsbeziehungen zu China pflegt (50 Prozent) bzw. selbst bereits berufliche Erfahrungen mit chinesischen Unternehmen gemacht wurden (49 Prozent). Aktuell kann sich etwa jeder dritte befragte Wirtschaftsentscheider vorstellen, für ein chinesisches Unternehmen zu arbeiten. Weitere 36 Prozent geben an, aus beruflichen Gründen bereits in die Volksrepublik China gereist zu sein. Weitere 29 Prozent planen aktuell beruflich eine Chinareise. Weitere 28 Prozent planen aktuell beruflich eine Chinareise.

Abb. 4: Kontakte deutscher Wirtschaftsentscheider mit China



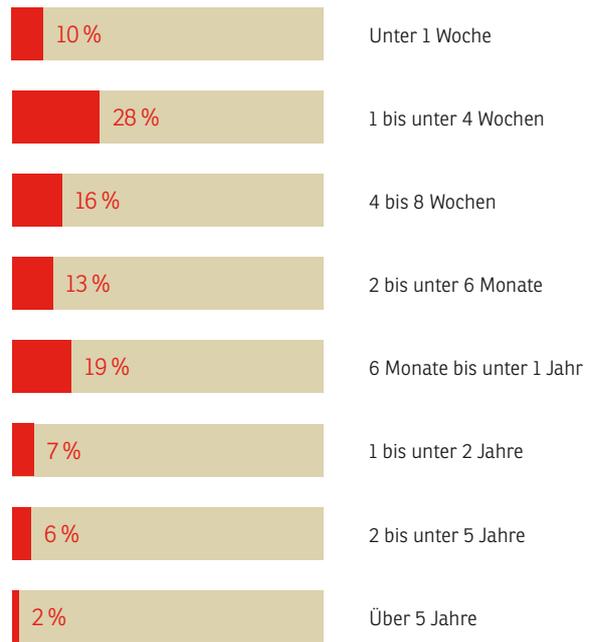
Basis: Wirtschaftsentscheider (E) n=170
Frage: Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen vor. Bitte geben Sie an, was auf Sie zutrifft. Mehrfachnennungen möglich.

Jeder zweite befragte Entscheider (51 Prozent), der schon einmal in China war, hat das Reich der Mitte häufiger als zehn Mal besucht. Und nicht nur die Frequenz, sondern auch die Dauer der Besuche ist hoch: Rund 63 Prozent der befragten Wirtschaftsvertreter verbrachten mehrere Monate, jeder Zwölfte sogar zwischen zwei und über fünf Jahren in China. Ein Grund für die langen Aufenthalte sind dabei vor allem Entsendungen deutscher Angestellter nach China.

Die Zahl der Entsendungen deutscher Unternehmen ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Asien ist dabei für deutsche Unternehmen nach Europa die zweitwichtigste Entsenderegion. Danach folgen Nordamerika und der Mittlere Osten. Laut einer Studie des Bundes der Auslands-Erwerbstätigen (BDAE) ist China als Entsendungsziel derzeit unangefochtener Spitzenreiter. So schickte 2009 jedes zweite deutsche Unternehmen, das in Asien aktiv ist, Arbeitnehmer nach China (vgl. BDAE 2010). Gründe für die steigende Zahl der Entsendungen sind schnell zu finden: Aus Unternehmenssicht sind hierbei vor allem Weiter- und Ausbildung der Mitarbeiter vor Ort durch deutsche Experten, aber auch die Bindung der hiesigen Mitarbeiter sowie das Erlangen interkultureller Kompetenz zu nennen. Aus Arbeitnehmersicht ist es neben der Teilnahme am globalen und mobilen Arbeitstrend auch das Ziel, durch eine Position in einem „wichtigen aufstrebenden Markt“ die Karriere voranzubringen.

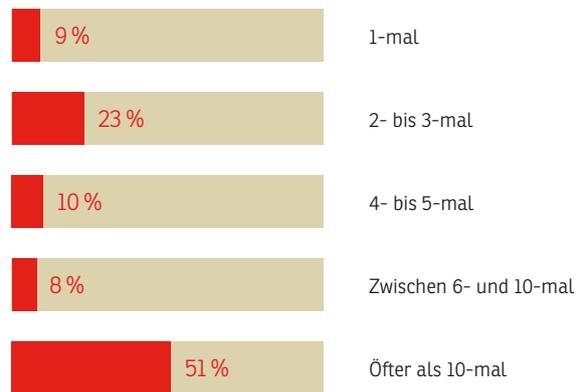
In der Einleitung wurde deutlich, dass sich die deutsch-chinesischen Beziehungen vor allem in den letzten Jahren deutlich intensiviert haben. Diese Entwicklung zeigt sich auch bei den Zeitpunkten der Chinaaufenthalte: 96 Prozent der Wirtschaftsentscheider, die bereits in China vor Ort waren, waren im Zeitraum 2000 bis 2012 dort. Im Vergleichszeitraum 1990 bis 1999 waren es dagegen nur 35 Prozent.

➤ **Abb. 5: Dauer der Chinaaufenthalte bei Wirtschaftsentscheidern**



Basis: Wirtschaftsentscheider, die beruflich schon in China waren (E) n=62
 Frage: Und wenn Sie nun an die gesamte Dauer all Ihrer Aufenthalte denken, wie viel Zeit haben Sie dann insgesamt in China beruflich verbracht?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

➤ **Abb. 6: Häufigkeit der Chinaaufenthalte der Wirtschaftsentscheider**



Basis: Wirtschaftsentscheider, die beruflich schon in China waren (E) n=62
 Frage: Und wenn Sie nun daran denken, wie häufig Sie bereits in China waren – wie oft war das?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

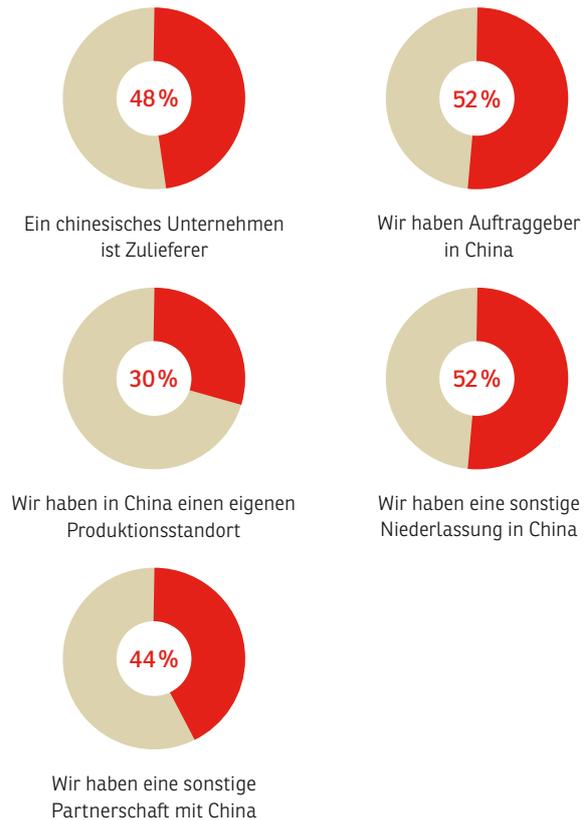
Befragungsgruppe: Wirtschaftsentscheider

Aktuell gibt jeder zweite Entscheider mit Chinakontakt an, mit der Geschäftsbeziehung rundum zufrieden zu sein – 30 Prozent dieser Gruppe stuft die Verbindung als neutral ein. Jeder Dritte gibt an, dass Beziehungen mit China äußerst bzw. sehr wichtig für den Geschäftserfolg seines Unternehmens sind.

Die Studienergebnisse untermauern anschaulich die schon anhand der amtlichen Statistik dargestellte Entwicklung, wonach China als Wirtschaftspartner und -standort insbesondere für deutsche Unternehmen eine wachsende und zunehmend wichtige Rolle einnimmt und ein reger individueller wirtschaftlicher Austausch auch auf Ebene der Entscheider vor Ort stattfindet. Bei der Betrachtung der Geschäftsbeziehungen deutscher und chinesischer Unternehmen zeichnet sich ein differenziertes Bild ab: Jeweils 52 Prozent der Wirtschaftsentscheider geben an, einen Auftraggeber aus China bzw. bereits eine eigene Niederlassung in China zu haben. Weitere 48 Prozent haben einen chinesischen Zulieferer. Ein eigener Produktionsstandort ist bei 30 Prozent der befragten Entscheider vorhanden.

Der Kontakt der Entscheider, die im Austausch mit China stehen, ist derzeit bereits sehr eng. 39 Prozent beurteilen ihren Kontakt mit China als sehr intensiv, weitere 25 Prozent als intensiv. Jeder Dritte ist momentan davon überzeugt, dass sich der Austausch künftig weiter steigern wird.

➤ **Abb. 7: Art der Chinabeziehungen**



Basis: Wirtschaftsentscheider mit Geschäftsbeziehung zu China (E) n=77
Frage: Von welcher Art sind bzw. waren Ihre Geschäftsbeziehungen zu China? Mehrfachnennungen möglich.

➤ **Abb. 8: Intensität der Wirtschaftsbeziehung mit China**



Basis: Wirtschaftsentscheider mit Kontakt nach China (E) n=83
Frage: Sie haben eben angegeben, Sie haben/hatten direkt mit China beruflich zu tun. Wie intensiv ist/war Ihr Kontakt mit China, d. h., wie häufig stehen/standen Sie mit chinesischen Unternehmen oder Einrichtungen in Kontakt?

Politische Erfahrungen bei China-Deutschland-Beziehungen

Die Intensität der politischen Beziehungen hat sich in den letzten 40 Jahren deutlich erhöht. Und auch in der Öffentlichkeit gewinnen politische Besuche von bzw. aus China an Bedeutung, wie man an den zahlreichen Pressemeldungen zur Chinareise von Bundeskanzlerin Merkel sieht.

» Frau Merkel trifft Herrn Wen «

Die Welt am 29.08.2012

» Merkel in China – zwei Welten «

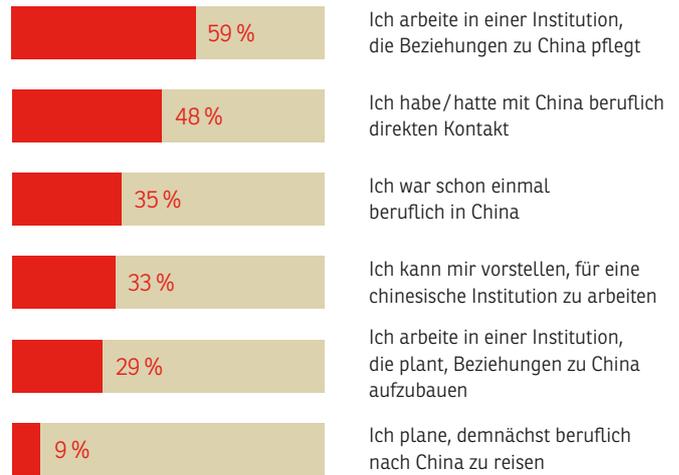
Süddeutsche Zeitung am 30.08.2012

Die Bedeutung der politischen Beziehungen wird auch in der Studie deutlich. 59 Prozent der befragten Politiker gehören zu einer Einrichtung, die bereits Beziehungen zu chinesischen Institutionen pflegt bzw. aufgenommen hat. Jeder Zweite hatte bzw. hat dabei selbst Kontakt zu China (48 Prozent), jeder dritte Befragte war bereits aus beruflichen Gründen in China (35 Prozent).

Bei der Dauer und Häufigkeit der Chinaaufenthalte zeigen sich bei den Politikern im Vergleich zu den befragten Wirtschaftsentscheidern große Unterschiede. Ein Großteil war derzeit erst ein Mal in China (46 Prozent), dabei dauerten die meisten Reisen zwischen ein und vier Wochen (75 Prozent). Die Aufenthalte der befragten Politiker stiegen besonders seit dem Jahr 2000 an. Lediglich 15 Prozent der Befragten mit Chinaaufenthalt waren bereits vor 2000 in China.

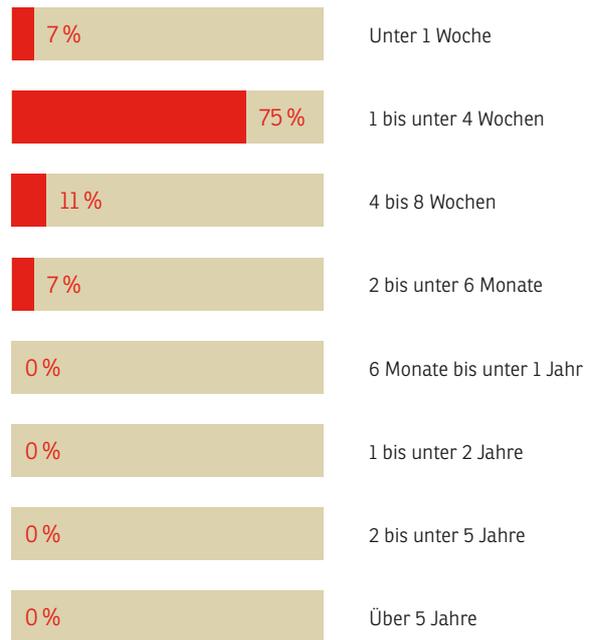
Im Gegensatz zu den Wirtschaftsentscheidern stufen die befragten Politiker ihre Chinakontakte derzeit weniger intensiv ein: Aktuell geben lediglich 16 Prozent der Befragten an, dass ihr Kontakt (sehr) intensiv ist. Jeweils 39 Prozent sehen ihre Kontakte als neutral bzw. weniger intensiv an. Interessant ist, dass mit 68 Prozent die Mehrheit davon überzeugt ist, dass diese Beziehungen in naher Zukunft auf diesem niedrigen Level bleiben werden. Lediglich 21 Prozent denken, dass sich die berufliche Beziehung zu ihren chinesischen Kontakten weiter verstärken wird. Bei der Zufriedenheit mit den Beziehungen zeigt sich ein ähnliches Bild: 58 Prozent sind in ihrer Einschätzung neutral, immerhin jeder Vierte ist aktuell zufrieden (26 Prozent).

➤ Abb. 9: Kontakte deutscher Politiker mit China



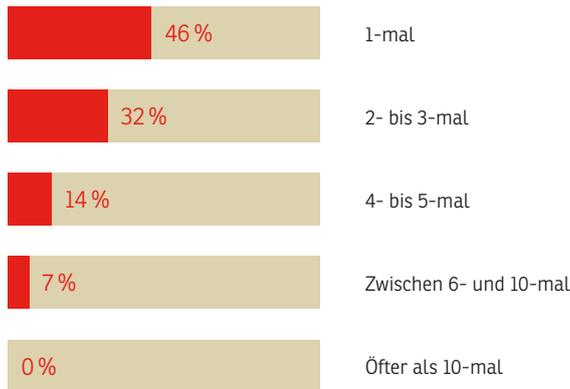
Basis: Politiker (P) n=80
Frage: Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen vor. Bitte geben Sie an, was auf Sie zutrifft. Mehrfachnennungen möglich.

➤ Abb. 10: Dauer der Chinaaufenthalte bei Politikern



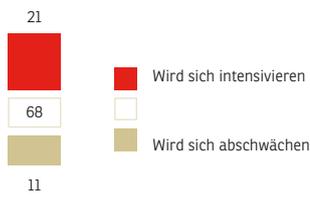
Basis: Politiker, die beruflich schon in China waren (P) n=28
Frage: Und wenn Sie nun an die gesamte Dauer all Ihrer Aufenthalte denken, wie viel Zeit haben Sie dann insgesamt in China beruflich verbracht?
Rundung auf ganze Zahlen kann den Wert 0 Prozent ergeben.

➤ Abb. 11: Häufigkeit der Chinaaufenthalte der Politiker



Basis: Politiker, die beruflich schon in China waren (P) n=28
 Frage: Und wenn Sie nun daran denken, wie häufig Sie bereits in China waren – wie oft war das?
 Rundung auf ganze Zahlen kann den Wert 0 Prozent ergeben.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

➤ Abb. 12: Entwicklung der politischen Beziehungen mit China



Basis: Politiker (P) n=80
 Frage: Was denken Sie, wie wird sich Ihr beruflicher Kontakt zu China in den nächsten zwei Jahren entwickeln?

Einschätzung der eigenen Kenntnis sehr niedrig

Wie wir gesehen haben, findet im Wirtschaftsleben und auf anderen Ebenen bereits ein intensiver Austausch zwischen Deutschland und China statt. Diese Entwicklung sollte sich positiv auf die weitere Zusammenarbeit und auch das Verständnis zwischen den beiden Ländern auswirken. Trotzdem zeigt sich, dass der bereits intensivierete Austausch noch nicht bedeutet, dass Deutsche und Chinesen bereits über tief gehende Kenntnisse des anderen Landes verfügen.

Denn die Ergebnisse der Studie machen deutlich: Die befragten Deutschen schätzen ihre Kenntnisse zu China sehr gering ein. So geben nur 21 Prozent der Wirtschaftsentscheider und 16 Prozent der Politiker an, China gut bzw. sehr gut zu kennen. Die Einschätzung der deutschen Bevölkerung ist noch weit zurückhaltender: Lediglich 8 Prozent denken, dass sie über gute Chinakenntnisse verfügen. Gleichzeitig gibt jeder Fünfte an, über keinerlei Wissen zu China zu verfügen (19 Prozent).

➤ Abb. 13: Intensität der politischen Beziehungen mit China



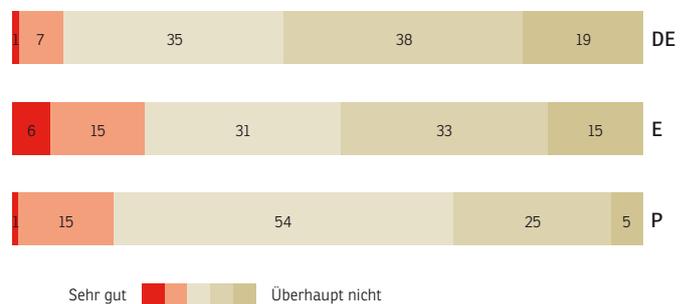
Basis: Politiker mit Kontakt nach China (P) n=38
 Frage: Von welcher Art sind bzw. waren Ihre politischen Beziehungen zu China?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

➤ Abb. 14: Zufriedenheit mit politischen Beziehungen



Basis: Politiker mit Kontakt nach China (P) n=38
 Frage: Wie zufrieden sind bzw. waren Sie mit den politischen Beziehungen zu China?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt

➤ Abb. 15: Chinakenntnisse in Deutschland



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Was würden Sie sagen, wie gut kennen Sie China?

Der Kenntnisstand wird dabei entscheidend von Vor-Ort-Erfahrungen beeinflusst. In der Gruppe der Entscheider, die bereits in China waren, ist jeder Zweite davon überzeugt, China gut bzw. sehr gut zu kennen (49 Prozent). Auch bei den Politikern wird deutlich, dass Chinaaufenthalte den Kenntnisstand verändern: Jeder dritte Politiker in dieser Gruppe gibt an, gute Kenntnisse zu besitzen (32 Prozent). Bei befragten Bürgern, die bereits in China waren, geben aktuell 37 Prozent an, dass sie über eine gute bzw. sehr gute Chinakenntnis verfügen.

Im Hinblick auf die Entwicklung des Kenntnisstands der Deutschen zu China ist davon auszugehen, dass sich dieser in den kommenden Jahren deutlich verbessern wird. Zum einen führt der zunehmende Austausch vor Ort, wie oben beschrieben, ganz eindeutig zu einer besseren Kenntnis des Landes. Und zum anderen entsteht ein ähnlicher Effekt durch ein höheres Interesse am Reich der Mitte. Und Letzteres ist in der deutschen Bevölkerung laut Befragungsergebnissen grundsätzlich gegeben – jeder Dritte gibt an, großes oder sehr großes Interesse an China zu haben (32 Prozent), jeder zweite Deutsche ist grundsätzlich an China interessiert (53 Prozent). Gleichzeitig wird deutlich, dass erste Erfahrungen mit China das Interesse steigern: In der Gruppe der Personen, die bereits in China vor Ort waren, geben 51 Prozent der Befragten an, sich sehr für China zu interessieren.

Die chinesische Bevölkerung beurteilt ihren Kenntnisstand und auch das Interesse deutlich besser bzw. höher: Nach Einschätzung der Befragten verfügt mit 26 Prozent der Gesamtbevölkerung ein deutlich größerer Anteil über gute bzw. sehr gute Deutschlandkenntnisse. Dies ist umso erstaunlicher, als dass ja nur sehr wenige Chinesen persönlichen Kontakt zu Deutschland haben. Auch beim Interesse sind hohe Zustimmungen zu sehen: 39 Prozent der Befragten geben an, sich sehr für Deutschland zu interessieren.

➤ **Abb. 16: Interesse der deutschen Bevölkerung an China**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000
 Frage: Wie groß ist grundsätzlich Ihr Interesse an China?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

➤ **Abb. 17: Deutschlandkenntnisse in China**



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
 Frage: Was würden Sie sagen, wie gut kennen Sie Deutschland?

➤ **Abb. 18: Interesse der chinesischen Bevölkerung an Deutschland**



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
 Frage: Wie groß ist grundsätzlich Ihr Interesse an Deutschland?

1.1.2 Informiertheit und Informationsaufnahme

Der aktuelle Kenntnisstand der Deutschen in Bezug auf China wird entscheidend von ihren eigenen Erfahrungen beeinflusst. Besonders prägend sind dabei Aufenthalte vor Ort. Im Hinblick auf die Kenntnis spielen aber auch der eigene Informationsstand allgemein sowie der Zugang zu Informationen über das Land eine wichtige Rolle. Im Gegensatz zum zuvor untersuchten Kenntnisstand (wie gut kennen die Befragten die Thematik) wird in diesem Kapitel die Informiertheit (wie gut fühlen sich die Befragten über die Thematik informiert) über China und Deutschland jeweils genauer betrachtet.

Wer bereits das andere Land bereist hat, schätzt seinen Informationsstand als besser ein: 15 Prozent der Deutschen halten sich für (sehr) gut informiert, wenn es um China geht, 40 Prozent für weniger gut oder überhaupt nicht informiert. Bei Personen allerdings, die bereits in China waren, geben 38 Prozent an, (sehr) gut informiert zu sein, und nur 14 Prozent finden, dass sie weniger gut informiert sind. Das heißt, dass bei Personen, die bereits in China waren, nicht nur der aktive Kenntnisstand höher ist. Diese Personen fühlen sich darüber hinaus zu China besser informiert, da sie die Berichterstattung in den Medien oder auch entsprechend verfügbare Informationen im Internet stärker und häufiger wahrnehmen.

Ein ähnliches Bild wie in Deutschland zeigt sich bei der chinesischen Bevölkerung: Lediglich 15 Prozent halten sich für gut informiert zu Deutschland. Ein Drittel hält sich für nicht ausreichend informiert. Mit 15 Prozent geben vergleichsweise viele an, überhaupt nicht zu Deutschland informiert zu sein. Dies dürfte in erster Linie an der geringen Präsenz Deutschlands in chinesischen Medien liegen (vgl. Medienanalyse Kapitel 1.4.)

Der gefühlte Informationsstand wird vor allem dadurch beeinflusst, wie leicht Informationen zu einem Land erhältlich sind und wie stark das jeweilige Thema im öffentlichen Diskurs präsent ist. Im Rahmen der Studie wurde daher auch aufgegriffen, wie häufig die Befragten etwas über China bzw. Deutschland sehen, lesen oder hören. Dabei ist China als Thema aus Sicht der Bevölkerung in deutschen Medien durchaus präsent: 8 Prozent haben das Gefühl, dass sehr häufig über China berichtet wird. Jeweils 34 Prozent der befragten Deutschen geben an, dass China in den Medien häufig bzw. manchmal aufgegriffen wird. Personen, die bereits in China waren und damit ein engeres Verhältnis zum Land haben, schätzen die Häufigkeit der Berichterstattung höher ein: Beinahe zwei Drittel dieser Gruppe sind davon überzeugt, dass in deutschen Medien häufig oder sehr häufig über China berichtet wird.

In China zeigt sich ein ganz anderes Bild: Hier geben nur 15 Prozent der Befragten an, häufig bzw. sehr häufig von Deutschland zu hören. Jeder Dritte nimmt lediglich manchmal Medienberichte über Deutschland wahr, weitere 36 Prozent nur selten und jeder Zehnte nie.

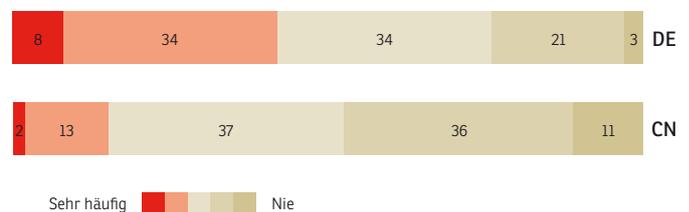
Diese Einschätzung der Befragten spiegelt sich auch in den Ergebnissen einer Medienanalyse wider (vgl. Kapitel 1.4). Im Betrachtungszeitraum vom 1. August bis 30. September 2012 wurde in der deutschen Presse fast zehnmal häufiger über China berichtet als in chinesischen Medien über Deutschland. Wenn man diese Auswertung aus Printtiteln betrachtet, die in etwa auch für die Verhältnisse der Berichterstattung in anderen Medien wie TV oder Rundfunk steht, ist es umso erstaunlicher, dass sich, wie vorhin aufgezeigt wurde, Chinesen zu Deutschland in etwa genauso gut informiert fühlen wie die Deutschen umgekehrt zu China.

► **Abb. 19: Informationsstand zu China und Deutschland**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Wie gut glauben Sie, sind Sie selbst über China/ Deutschland informiert?
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/ weiß nicht

► **Abb. 20: Verfügbare Informationen zu China und Deutschland**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Wie häufig hören oder lesen Sie etwas über China/ Deutschland?
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/ weiß nicht

1.1.3 Schätzfragen

Wie anhand der Befragungsergebnisse gezeigt wurde, sehen die Deutschen ihren eigenen Kenntnisstand zu China auf einem eher niedrigen Niveau. Ähnlich verhält es sich auch mit den Kenntnissen der chinesischen Bevölkerung in Bezug auf Deutschland. Um diese subjektive Einschätzung auf den Prüfstand zu stellen, wurden den Befragten auch einige Wissensfragen zu China bzw. Deutschland gestellt – mit interessanten Ergebnissen, die aufzeigen, inwieweit das Bild der Deutschen und der Chinesen vom jeweils anderen Land von der Realität abweicht bzw. mit dieser übereinstimmt.

Zunächst wurde nach der jeweiligen Einwohnerzahl gefragt. Die Ergebnisse zeigen: Es ist grundsätzlich bekannt, dass China im Vergleich zu Deutschland deutlich mehr Einwohner hat. Die genauen Verhältnisse sind jedoch den meisten unbekannt: Jeder vierte Befragte in Deutschland geht davon aus, dass China weniger als 800 Millionen Einwohner hat. Die oft zitierte Größe Chinas führt aber gleichzeitig auch dazu, dass am Ende die Einwohnerzahl des Landes überschätzt wird: Jeder Zehnte denkt, dass in China mehr als 2 Milliarden Menschen leben. Nur etwa 13 Prozent der Bevölkerung haben den realen Wert von 1,3 Milliarden Einwohnern (vgl. CIA World Fact Book 2012) in etwa richtig eingeschätzt. Konkrete Erfahrungen vor Ort führen zu einer besseren Einschätzung: Jeder Vierte, der bereits einmal in China war, gibt die Einwohnerzahl weitgehend korrekt an (zwischen 1,2 und 1,4 Milliarden Einwohner), gleichzeitig ist aber auch hier noch eine gewisse Überschätzung zu finden: 12 Prozent denken, dass in China über 2 Milliarden Menschen leben.

➤ Einwohnerzahl Chinas



Fakt:

1.343.239.923 Einwohner*

Befragungsergebnis:

11 Prozent schätzen, dass in China über 2 Milliarden Menschen leben.

13 Prozent schätzen die Einwohnerzahl auf 1,2 bis 1,4 Milliarden.

23 Prozent denken, dass in China maximal 800 Millionen Menschen leben.

Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000
Frage: Wie viele Einwohner hat China?
* Quelle: CIA World Fact Book 2012

➤ Einwohnerzahl Deutschlands



Fakt:

81.305.856 Einwohner*

Befragungsergebnis:

43 Prozent können keine Angabe zur Einwohnerzahl machen.

23 Prozent denken, dass die Einwohnerzahl zwischen 71 und 90 Millionen liegt.

22 Prozent denken, dass in Deutschland weniger als 20 Millionen Menschen leben.

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Wie viele Einwohner hat Deutschland?
* Quelle: CIA World Fact Book 2012

Interessant sind auch die Ergebnisse aus der Abfrage der Einwohnerzahlen Deutschlands bei den chinesischen Befragten. Mehr als 40 Prozent der Befragten konnten oder mochten hierzu keine Angaben machen. 23 Prozent gehen davon aus, dass in Deutschland zwischen 71 und 90 Millionen Menschen leben und liegen damit sehr nah am wahren Wert von 81 Millionen. Von jedem Fünften wird die Einwohnerzahl deutlich unterschätzt: 22 Prozent denken, dass in Deutschland weniger als 20 Millionen Menschen leben. Insgesamt vermuten 43 Prozent der befragten Chinesen eine Einwohnerzahl in Deutschland von unter 80 Millionen. Während die Deutschen die Einwohnerzahlen Chinas somit gleichermaßen unter- wie überschätzen, neigen die Chinesen deutlich zur Unterschätzung der deutschen Bevölkerungszahl.

Neben der Bevölkerung wurde auch die Ländergröße im Vergleich betrachtet. Dabei liegen sowohl chinesische als auch deutsche Befragte mit ihrer Angabe richtig, dass China wesentlich größer sei als Deutschland. Dennoch wird die tatsächliche Größe in beiden Ländern unterschätzt. Insgesamt gehen 46 Prozent der deutschen Befragten und 35 Prozent der chinesischen Befragten davon aus, dass China bis zu zehnmal größer als Deutschland ist. Trotz allem sieht man auch hier, dass der richtige Wert nur von jedem Zehnten in Deutschland und jedem Fünften in China korrekt geschätzt wurde.

Flächenvergleich China /Deutschland



Fakt:

27-mal größer
9.596.961 km² *

Befragungsergebnis:

10 Prozent denken, dass China zwischen
21- und 30-mal größer ist.

46 Prozent schätzen China 1- bis
10-mal größer ein.

Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000
Frage: Was denken Sie, um wievielfach größer ist die Fläche von China?
* Quelle: CIA World Fact Book 2012

Flächenvergleich Deutschland /China



Fakt:

27-mal kleiner
357.022 km² *

Befragungsergebnis:

35 Prozent sehen China bis maximal
10-mal größer an.

20 Prozent geben 21- bis 30-mal im
Größenvergleich an.

21 Prozent können keine Angabe machen.

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Was denken Sie, um wievielfach größer ist die Fläche von China?
* Quelle: CIA World Fact Book 2012

In der weiteren Befragung wurde die Mobilfunkpenetration in China von deutschen Befragten deutlich unterschätzt. Laut chinesischer Behörden (MIIT) besaßen 2011 bereits knapp drei Viertel der chinesischen Bevölkerung ein mobiles Endgerät (vgl. MIIT 2012). Bei den deutschen Befragten geht jeder Dritte davon aus, dass in China eine Mobilfunkpenetration von maximal 40 Prozent vorherrscht. Rund 21 Prozent erwarten eine Mobilfunkabdeckung zwischen 41 und 60 Prozent. China wird von den deutschen Befragten somit insgesamt als etwas rückständig im Bereich Mobilfunkpenetration eingeschätzt. Hierfür kann u. a. das unterschiedliche Bild der Stadt- und der Landbevölkerung Chinas in den Köpfen der Befragten verantwortlich sein.

In China wird dagegen die Mobilfunkpenetration in Deutschland etwas überschätzt: Jeder Vierte denkt, dass in Deutschland zwischen 91 und 100 Prozent Mobilfunkabdeckung erreicht ist, 19 Prozent gehen von einem Wert zwischen 81 und 90 Prozent aus und liegen somit in der richtigen Spannbreite. 14 Prozent sehen eine Abdeckungsrate zwischen 71 und 80 Prozent und unterschätzen damit den wahren Wert leicht.

📞 Mobilfunknutzung in China



Fakt:
74 Prozent *

Befragungsergebnis:

35 Prozent gehen von maximal 40 Prozent Mobilfunknutzung in China aus.

33 Prozent sehen eine Rate von 41 bis 70 Prozent.

15 Prozent gehen von 80 bis 100 Prozent Mobilfunknutzung aus.

Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000
Frage: Wie viel Prozent der Chinesen sind im Besitz eines Mobiltelefons?
* Quelle: MIIT 2012

📞 Mobilfunknutzung in Deutschland



Fakt:
81 Prozent *

Befragungsergebnis:

14 Prozent sehen die Abdeckung bei 71 bis 80 Prozent.

19 Prozent geben eine Nutzung von 81 bis 90 Prozent an.

25 Prozent denken, dass zwischen 91 und 100 Prozent Mobilfunknutzung in Deutschland bestehen.

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Wie viel Prozent der Deutschen sind im Besitz eines Mobiltelefons?
* Quelle: VerbraucherAnalyse 2012

Bei der Internetpenetration sind die tatsächlichen Werte weit voneinander entfernt: In Deutschland haben nach Angaben von Internet World Stats bereits 83 Prozent der Bevölkerung einen Zugang zum Internet, in China sind es aktuell erst 38 Prozent (vgl. Internet World Stats 2012). Inwiefern die Einschätzungen der Befragten die tatsächlichen Verhältnisse treffen, stellt sich wie folgt dar: Bei den deutschen Befragten ist jeder Dritte davon überzeugt, dass die chinesische Internetpenetration über 50 Prozent liegt. Gleichzeitig gehen 28 Prozent der Befragten davon aus, dass in China erst ein Anteil von 20 Prozent oder weniger erreicht ist. Diese Spanne macht deutlich, dass die Deutschen hier keine einheitliche Vorstellung zu China haben.

In China wird dagegen der wahre Wert der Internetpenetration in Deutschland gut getroffen: Jeder Fünfte ist davon überzeugt, dass in Deutschland zwischen 71 und 80 Prozent Zugang zum Internet haben, weitere 15 Prozent sehen eine Internetpenetration zwischen 81 und 90 Prozent. Diese Ergebnisse zeigen, dass die chinesischen Befragten hier über einen guten Kenntnisstand verfügen oder solche Werte gut schätzen können. Dennoch muss auch hier erwähnt werden, dass 29 Prozent der Chinesen keinerlei Angabe machen konnten. Bei diesen kann davon ausgegangen werden, dass sie keinerlei Vorstellung zu Deutschland zum Thema Internet haben.

Internetnutzung in China



Fakt:

38,4 Prozent*

Befragungsergebnis:

28 Prozent sehen die Internetnutzung in China unter 21 Prozent.

32 Prozent denken, dass die Internetnutzung in China über 50 Prozent beträgt.

4 Prozent denken, dass China zwischen 90 und 100 Prozent Internetnutzungsraten aufweist.

Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000
Frage: Wie viel Prozent der Chinesen nutzen das Internet?
* Quelle: Internet World Stats 2012

Internetnutzung in Deutschland



Fakt:

82,7 Prozent*

Befragungsergebnis:

19 Prozent schätzen die Internetnutzung auf 71 bis 80 Prozent.

15 Prozent sehen die Internetnutzung in Deutschland zwischen 81 und 90 Prozent.

29 Prozent haben keine Vorstellung zur deutschen Internetnutzung.

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Wie viel Prozent der Deutschen nutzen das Internet?
* Quelle: Internet World Stats 2012

Auch die Kenntnisse zum deutschen und zum chinesischen Arbeitsleben bzw. die Vorstellungen dazu wurden in der Studie untersucht. Beim Einkommen zeigen sich in der Realität sehr große Unterschiede. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes liegt das Durchschnittseinkommen der Deutschen bei rund 33.400 Euro im Jahr, Chinesen haben einen durchschnittlichen Jahresverdienst von rund 3.300 Euro (vgl. Statistisches Bundesamt 2012c). Diese Zahl für die chinesische Bevölkerung muss dabei jedoch vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass die Einkommensunterschiede zwischen der Stadt- und Landbevölkerung sehr hoch sind. Während auf dem Land viel geringere Einkommen gezahlt werden, sind die Löhne in den Städten deutlich höher.

An den Ergebnissen der deutschen Befragten spiegelt sich diese Stadt-Land-Problematik auch wider. So denkt jeder Vierte, dass das durchschnittliche Jahreseinkommen unter 1.000 Euro liegt, während gleichzeitig 39 Prozent schätzen, dass ein durchschnittlicher Verdienst in China 5.000 Euro und mehr entspricht. Zumindest können die meisten Befragten die Größenordnung in etwa richtig einordnen und wissen, dass das chinesische Einkommen deutlich unter dem Einkommen in Deutschland liegt.

Bei den chinesischen Ergebnissen ist eine gewisse Unsicherheit in Bezug auf das Thema Einkommensverhältnisse zu erkennen. Jeder Zweite kann hierzu keinerlei Angaben machen, hat somit überhaupt keine Vorstellung von deutschen Verdiensten. Gleichzeitig geht jeder Zehnte davon aus, dass Deutsche durchschnittlich bis zu 10.000 Euro verdienen. Jeder Fünfte denkt, dass Deutsche zwischen 21.000 und 30.000 Euro verdienen. Die Ergebnisse zeigen somit, dass die chinesischen Befragten wissen, dass die deutschen Einkommen über denen der Bevölkerung in China liegen. Die Vorstellungen zu den konkreten Verhältnissen sind jedoch noch etwas ungenau.

➤ Durchschnittliches Jahreseinkommen in China



Fakt:

4.270 US-Dollar
ca. 3.300 Euro *

Befragungsergebnis:

25 Prozent schätzen das durchschnittliche Jahreseinkommen auf maximal 1.000 Euro.

39 Prozent denken, dass über 5.000 Euro jährlich verdient werden.

Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000
Frage: Wie hoch ist das Durchschnittseinkommen pro Jahr in China?
* Quelle: Statistisches Bundesamt 2012c

➤ Durchschnittliches Jahreseinkommen in Deutschland



Fakt:

43.070 US-Dollar
ca. 33.400 Euro *

Befragungsergebnis:

10 Prozent schätzen das deutsche Durchschnittseinkommen auf maximal 10.000 Euro.

19 Prozent denken, dass das Jahreseinkommen in Deutschland zwischen 21.000 und 30.000 Euro liegt.

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Wie hoch ist das Durchschnittseinkommen pro Jahr in Deutschland?
* Quelle: Statistisches Bundesamt 2012c

Die gesetzliche Anzahl an Urlaubstagen in Deutschland beträgt 24 Tage. In China hingegen werden zehn Tage vorgeschrieben (vgl. Mercer 2009). Die befragten Deutschen gehen von dieser deutlich geringeren Zahl an Urlaubstagen in China auch aus. Jeder Zweite denkt, dass chinesischen Angestellten maximal zehn Tage zur Verfügung stehen. Ein Viertel denkt, dass in China zwischen elf und 15 Urlaubstagen zur Verfügung stehen. 12 Prozent der befragten Deutschen gehen von 16 bis 20 Tagen Urlaubsanspruch aus.

Die chinesischen Befragten sind von sehr arbeitnehmerfreundlichen Urlaubsansprüchen in Deutschland überzeugt. Ein Drittel geht davon aus, dass in Deutschland mindestens 50 Tage Urlaub in Anspruch genommen werden können. Lediglich 11 Prozent haben hier eine korrekte Vorstellung von den tatsächlichen Verhältnissen. Aber auch hier zeigt sich, dass mit 38 Prozent ein Großteil der chinesischen Befragten keine Angaben machen kann.

➤ Anzahl der Urlaubstage in China



Fakt:
10 Tage*

Befragungsergebnis:
13 Prozent schätzen die Urlaubstage auf bis zu fünf Tage.

26 Prozent gehen von einem Anspruch zwischen elf und 15 Tagen aus.

Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000
Frage: Wie viele Urlaubstage hat durchschnittlich ein Chinese pro Jahr?
* Quelle: Mercer 2009

➤ Anzahl der Urlaubstage in Deutschland



Fakt:
24 Tage*

Befragungsergebnis:
4 Prozent denken, dass Deutsche maximal 20 Tage Urlaubsanspruch haben.

13 Prozent denken, dass Deutsche zwischen 31 und 50 Tage Urlaub haben.

38 Prozent haben hierzu keine Vorstellung.

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Wie viele Urlaubstage hat durchschnittlich ein Deutscher pro Jahr?
* Quelle: Mercer 2009

1.2 Wie nehmen die Deutschen China bzw. die Chinesen Deutschland wahr?

Wie gerade dargestellt, ist China ein Land mit 1,3 Milliarden Einwohnern, fast einer Milliarde Handy- und mehr als einer halben Milliarde Internetnutzern. China ist in allen diesen drei Kategorien weltweit die Nummer eins. Doch China ist auch das Land mit den meisten Gold- und Währungsreserven (im Wert von 2,3 Billionen Euro), dem größten Bestand an Schweinen (knapp 500 Millionen in 2011), dem weltweit höchsten CO₂-Emissions-Anteil (26 Prozent) und der größten jährlichen Essstäbchenproduktion (45 Milliarden Paar, vgl. brand eins Wissen 2012). Ganz anders sieht es bei Themen wie dem Anteil von Einwohnern mit Zugang zu Leitungswasser, den Gesundheitsausgaben pro Kopf (vgl. brand eins Wissen 2012) oder der Transparenz der Bürokratie aus (vgl. Transparency International 2011). Hier gehört China nicht zu den führenden Nationen weltweit. Doch es gibt nicht nur die an diesen Kennzahlen ablesbaren Gegensätze im internationalen Vergleich. Innerhalb des Reichs der Mitte lassen sich weitere Gegensätze feststellen: So stehen einem armen, rückständigen China in den ländlichen Regionen des Südens und Westens boomende Millionenstädte im Osten des Landes mit einer fast atemberaubenden Veränderungsgeschwindigkeit entgegen. Einer jahrtausendealten Kultur mit ihren über Generationen überlieferten gesellschaftlichen Traditionen stehen eine moderne und dynamische Wirtschaft und eine nach Innovationen strebende Bevölkerung gegenüber.

China ist also zu groß und zu facettenreich, als dass man das Land, seine Bewohner, die Wirtschaft oder die Politik mit wenigen Worten oder Bildern treffend beschreiben könnte. Diese Vielfalt des Landes zeigt sich auch, wenn man die Deutschen nach ihrem jeweils eigenen Bild von China fragt. Konkret sollten die deutschen

Bürger, Wirtschaftsentscheider und Politiker im Rahmen der Befragung ihre spontanen Assoziationen nennen, die sie haben, wenn sie an China denken. Parallel wurden die Chinesen nach ihren Assoziationen zu Deutschland befragt. Um ein möglichst differenziertes Bild für mehrere Bereiche zu bekommen, wurden die Befragten gebeten, nicht nur ihre spontanen Assoziationen zu China bzw. Deutschland insgesamt zu beschreiben, sondern zusätzlich auch für die folgenden vier Bereiche:

- Sport
- Kunst und Kultur
- Politik
- Wirtschaft

Bei der Festlegung dieser vier Bereiche wurde darauf geachtet, dass sie zum einen Aspekte darstellen, die für die Befragten von hoher Relevanz sind, und zum anderen ein breites Spektrum gesellschaftlich relevanter Themenstellungen abdecken.

Bevor die Ergebnisse im Detail betrachtet werden, ist es wichtig, anzumerken, dass Assoziationen und Gedankenverbindungen wie etwa zu einem Land, einer Person oder einer Sache ohne nennenswerte eigene Anstrengung ausgelöst werden. Diese Eindrücke sind demnach rein subjektiv und stark geprägt von eigenen Gefühlen wie Bewunderung, Angst, Sympathie und Abneigung. Eine objektive Beschreibung eines Landes anhand von Assoziationen ist vor diesem Hintergrund nicht möglich. Sehr wohl stehen Assoziationen in aggregierter Form aber stellvertretend für die Wahrnehmung eines Landes durch verschiedene Gruppen, wie die folgenden Abbildungen zeigen:

➤ Abb. 21: Spontanassoziationen zu China in der deutschen Bevölkerung

28 % WIRTSCHAFTLICH STARK / WIRTSCHAFTSMACHT
25 % BEVÖLKERUNGSEXPLOSION / MENSCHENMASSEN
17 % SPEZIELLES ESSEN / KULINARIK / STÄBCHEN
16 % MISSACHTUNG VON MENSCHENRECHTEN
15 % CHINESISCHE MAUER
14 % RIESENREICH / GROSSES (SCHÖNES) LAND
10 % KOMMUNISMUS
8 % KOPIEREN / DIEBSTAHL VON IDEEN / ERFINDEN NICHTS SELBST
8 % ALTE KULTUR / (LANGE) TRADITION
7 % BILLIGPRODUKTE VON MINDERER QUALITÄT

Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000

Frage: Zunächst würde ich dazu gerne erfahren, was Ihnen spontan einfällt, wenn Sie an China denken.
Mehrfachnennungen möglich.

➤ Abb. 22: Spontanassoziationen zu China bei den Wirtschaftsentscheidern

27 % WIRTSCHAFTLICH STARK / WIRTSCHAFTSMACHT
24 % ERFOLGREICHE / EXPANSIVE WIRTSCHAFT
10 % BILLIGER PRODUKTIONSSTANDORT
9 % KOPIEREN / DIEBSTAHL VON IDEEN / ERFINDEN NICHTS SELBST
8 % BILLIGPRODUKTE VON MINDERER QUALITÄT
7 % BEREITS POSITIVE / PERSÖNLICHE ERFAHRUNG GEMACHT
6 % BEVÖLKERUNGSEXPLOSION / MENSCHENMASSEN
6 % WIRTSCHAFTLICHE EINFLUSSNAHME WELTWEIT
5 % RIESENREICH / GROßES (SCHÖNES) LAND
5 % ALTE KULTUR / (LANGE) TRADITION

Basis: Wirtschaftsentscheider (E) n=170

Frage: Zunächst würde ich dazu gerne erfahren, was Ihnen spontan einfällt, wenn Sie an China denken.
Mehrfachnennungen möglich.

➤ Abb. 23: Spontanassoziationen zu China bei den Politikern

54 % WIRTSCHAFTLICH STARK / WIRTSCHAFTSMACHT
38 % MISSACHTUNG VON MENSCHENRECHTEN
29 % ERFOLGREICHE / EXPANSIVE WIRTSCHAFT
18 % DIKTATUR
16 % BEVÖLKERUNGSEXPLOSION / MENSCHENMASSEN
15 % KOPIEREN / DIEBSTAHL VON IDEEN / ERFINDEN NICHTS SELBST
15 % WIRTSCHAFTLICHE EINFLUSSNAHME WELTWEIT
15 % ALTE KULTUR / (LANGE) TRADITION
10 % RIESENREICH / GROSSES (SCHÖNES) LAND
9 % WENIG UMWELTSCHUTZAUFLAGEN BEI PRODUKTION

Basis: Politiker (P) n=80

Frage: Zunächst würde ich dazu gerne erfahren, was Ihnen spontan einfällt, wenn Sie an China denken.
Mehrfachnennungen möglich.

◆ Abb. 24: Spontanassoziationen zu Deutschland in der chinesischen Bevölkerung



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319

Frage: Zunächst würde ich dazu gerne erfahren, was Ihnen spontan einfällt, wenn Sie an Deutschland denken.
Mehrfachnennungen möglich.

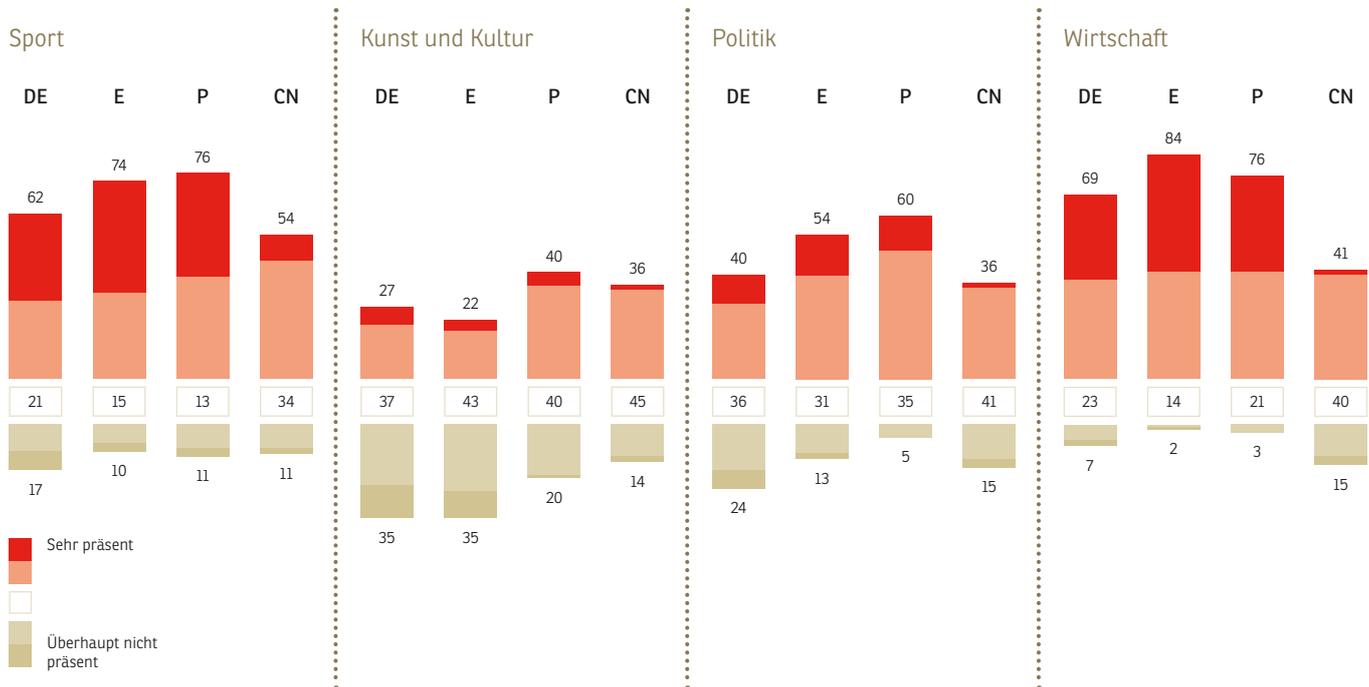
Die Abbildungen verdeutlichen, dass das Chinabild in Deutschland nicht einheitlich ist. Vielmehr zeigt sich eine sehr große Bandbreite an Assoziationen und vor allem, dass China polarisiert: So nennen viele Befragte eher positiv konnotierte Aspekte wie „wirtschaftlicher Erfolg“, „chinesisches Essen“, die „Chinesische Mauer“ und „Riesenreich“ im gleichen Atemzug mit negativen Attributen wie „Missachtung von Menschenrechten“, „Diebstahl von Ideen“, „Diktatur“ und „Billigprodukte von minderer Qualität“. Die Deutschen stehen China und den Chinesen also mit gemischten Gefühlen gegenüber, wobei es so aussieht, dass die Tonalität der Wahrnehmung bei den befragten Politikern am negativsten und bei den Wirtschaftsentscheidern am positivsten zu sein scheint.

Das Deutschlandbild der Chinesen ist dagegen viel konkreter, wie aus den Assoziationen der chinesischen Bevölkerung deutlich wird. Die Wahrnehmung ist dabei, wenig überraschend, sehr stark von wirtschaftlichen Aspekten geprägt, vor allem von der Automobilindustrie. Fast jedem vierten Chinesen fiel allgemein zu Deutschland gefragt spontan eine Assoziation rund um das Thema Auto ein. Jeder zehnte Chinese verbindet Deutschland mit der geschichtlichen Vergangenheit, konkret dem Zweiten Weltkrieg.

Bevor im nächsten Abschnitt die Assoziationen der Deutschen und der Chinesen für die definierten Unterbereiche Sport, Kunst und Kultur, Politik und Wirtschaft im Detail aufgezeigt werden, soll an dieser Stelle kurz vorangestellt werden, inwieweit die Befragten China bzw. Deutschland in Bezug auf diese vier Bereiche überhaupt wahrnehmen. Ganz konkret wurden die deutschen und die chinesischen Bürger sowie die deutschen Wirtschaftsentscheider und Politiker danach gefragt, ob und wie stark ihnen China bzw. Deutschland im Kontext der Themen Sport, Kunst und Kultur, Politik und Wirtschaft präsent ist.

Die Ergebnisse zeigen dabei, dass China bei den deutschen Befragten vor allem als Wirtschaftsmacht und Sportnation in den Köpfen verankert ist. Jeweils ein Drittel der befragten Bürger und Politiker sagt, dass China ihnen im Zusammenhang mit dem Thema Wirtschaft sehr präsent ist. Bei den Wirtschaftsentscheidern geben dies über 40 Prozent an, was nicht überrascht, sprechen hier doch die Experten zum Thema. Während die starke Präsenz Chinas im Bereich Wirtschaft sicherlich vorhanden sein wird, könnte die hohe Einschätzung der Präsenz Chinas beim Thema Sport einem Sondereffekt geschuldet sein, der mit dem Zeitpunkt der Durchführung der Befragung im Zusammenhang steht: den Olympischen Spielen 2012 und dem besonderen Erfolg der chinesischen Athleten (Platz zwei im Medaillenspiegel).

Abb. 25: Präsenz der vier Teilbereiche in Deutschland bzw. China



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
 Frage: Wenn Sie jetzt nun einmal an Sport/ Kunst und Kultur/ Politik/ Wirtschaft denken. Inwieweit ist Ihnen China/ Deutschland im Bereich Sport/ Kunst und Kultur/ Politik/ Wirtschaft präsent?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/ weiß nicht

Im Bereich Politik sowie Kunst und Kultur ist China den Deutschen nicht so präsent. Zum einen werden außenpolitische Themen in deutschen Medien sehr stark von der Europäischen Union und den Konflikten im Nahen Osten dominiert und zum anderen gibt es auf politischer Ebene zwischen China und Deutschland im Vergleich zu EU-Ländern oder Bündnispartnerländern der NATO tatsächlich auch nur einen vergleichsweise geringen Austausch.

Während die Einschätzungen zur Präsenz Chinas durch die Deutschen innerhalb der vier Bereiche doch recht deutlich variieren, zeigt sich bei der Einschätzung der Präsenz Deutschlands durch die chinesischen Befragten ein eindeutig homogeneres Bild. So stehen zwar auch hier die Bereiche Wirtschaft und Sport im Vordergrund, jedoch mit geringerem Abstand zu den Bereichen Politik sowie Kunst und Kultur. Interessant an den Ergebnissen ist vor allem, dass das Gesamtniveau der Einschätzung deutlich niedriger ist als in Deutschland. Vor allem gibt es nur sehr wenige Befragte, die Deutschland als sehr präsent wahrnehmen. Lediglich im Bereich Sport ist das immerhin jeder zehnte Befragte. Der Treiber hierfür ist laut Befragung jedoch weniger die Olympiade als vielmehr die Fußball-Bundesliga, deren Spiele in China regelmäßig live übertragen werden.

➤ Abb. 26: Assoziationen zu China im Bereich Sport

- 30 % OLYMPIA**
- 25 % DOPING**
- 21 % DRILL VON KINDERN / SPORTINTERNATE**
- 20 % TISCHTENNIS**
- 15 % SPORTLICHER ERFOLG**
- 9 % KAMPFSPORT**
- 8 % FLEISS / LEISTUNGSORIENTIERUNG / DISZIPLIN / EHRGEIZ**
- 7 % HOHER LEISTUNGSDRUCK**
- 5 % STAATLICHE SPORTFÖRDERUNG (ALLG.)**
- 5 % BIEGSAME KÖRPER**

Basis: Personen, denen China im Bereich Sport präsent ist; deutsche Bevölkerung (DE) n=926
 Frage: Was fällt Ihnen denn spontan ein, wenn Sie an China im Bereich Sport denken?
 Mehrfachnennungen möglich.

Sport

Wie bereits gezeigt, ist China den Deutschen im Zusammenhang mit Themen rund um den Bereich Sport durchaus präsent. Während dies 62 Prozent der befragten Bürger angeben, ist dieser Wert bei den Wirtschaftsentscheidern und Politikern mit 74 bzw. 76 Prozent sogar noch deutlich höher. Weniger als jeder Zehnte in allen drei Gruppen kann mit China im Zusammenhang mit Sport rein gar nichts anfangen.

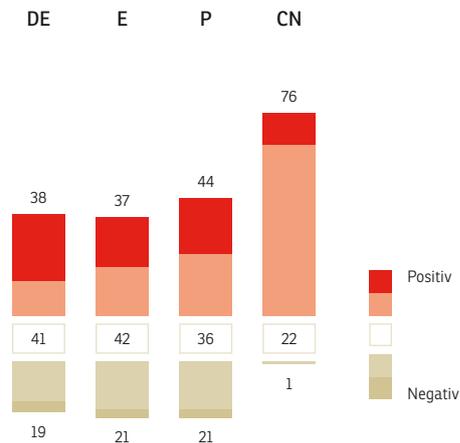
Im Rahmen der spontanen Assoziationen der Deutschen zum Thema Sport und China werden vor allem verschiedene Sportarten aufgegriffen. An erster Stelle stehen hier Tischtennis (20 Prozent der Befragten) und Kampfsportarten (9 Prozent der Befragten). Eine sehr dominante Nennung war aufgrund der Befragungszeit das Thema Olympia (30 Prozent). Hinsichtlich inhaltlicher Fragestellungen verbinden Deutsche mit chinesischem Sport vor allem die Themen Doping (25 Prozent) und Drill von Kindern / Sportinternate (21 Prozent). Neben diesen eher negativ besetzten Bildern werden mit Sport in China aber auch der Erfolg, der Ehrgeiz und die Leistungsorientierung chinesischer Sportler verbunden (8 Prozent).

Trotz der doch relativ hohen Zahl an genannten negativen Assoziationen ist die Wahrnehmung Chinas im Bereich Sport insgesamt tendenziell positiv. So gibt ein Viertel der deutschen Bevölkerung an, China im Bereich Sport positiv wahrzunehmen. Weitere 13 Prozent sehen China hier zumindest „eher positiv“. Ähnliche Zustimmungswerte ergeben sich auch bei den Wirtschaftsentscheidern und Politikern.

Die Assoziationen der Chinesen in Bezug auf Sport und Deutschland sind sehr eingeschränkt und eindimensional. Fast drei Viertel der Befragten setzen deutschen Sport mit Fußball gleich. Gut 20 Prozent der Befragten nennen weitere Sportarten.

Ein Bezug zu inhaltlichen Themen aus dem Bereich Sport wurde kaum hergestellt, die häufigste Nennung war hier noch der Aspekt „Kampf- / Teamgeist“ (1 Prozent). Bei der Wahrnehmung schneidet der deutsche Sport, also in erster Linie Fußball, gut ab. Drei Viertel der Befragten geben an, dass sie Deutschland im Bereich Sport positiv wahrnehmen.

➤ Abb. 27: Bewertung der Wahrnehmung im Bereich Sport



Basis: Personen, denen China / Deutschland im Bereich Sport präsent ist; deutsche Bevölkerung (DE) n=926, Wirtschaftsentscheider (E) n=163, Politiker (P) n=78, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.274
 Frage: Und wie nehmen Sie China im Bereich Sport wahr?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe / weiß nicht

➤ Abb. 28: Assoziationen zu China im Bereich Kunst und Kultur

- 22 % BILDENDE KUNST UND DESIGN**
- 19 % CHINESISCHE MAUER**
- 15 % TERRAKOTTA-ARMEE**
- 12 % VASEN AUS VERSCHIEDENEN DYNASTIEN
- 12 % ALTE KULTUR / (LANGE) TRADITION
- 12 % KUNST DARF NICHT SYSTEMKRITISCH SEIN
- 11 % TEMPELBAUTEN
- 10 % OPER / PEKINGOPER
- 9 % BIEGSAME KÖRPER
- 8 % BERÜHMTE HISTORISCHE SEHENSWÜRDIGKEITEN

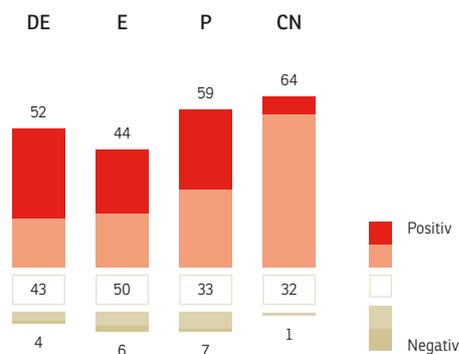
Basis: Personen, denen China im Bereich Kunst und Kultur präsent ist; deutsche Bevölkerung (DE) n=875
 Frage: Was fällt Ihnen denn spontan ein, wenn Sie an China im Bereich Kunst und Kultur denken?
 Mehrfachnennungen möglich.

Kunst und Kultur

China ist eine Nation mit reicher Kultur und Geschichte – dieser Aussage stimmen 93 Prozent der deutschen Befragten zu (98 Prozent der Entscheider und 99 Prozent der Politiker). Trotz dieser grundsätzlich sehr hohen Zustimmung ist Chinas Kunst und Kultur den Deutschen nicht besonders präsent, wie in den Abbildungen ersichtlich wurde. Über ein Drittel der deutschen Bürger gibt an, dass ihnen China hier kaum bzw. überhaupt nicht präsent ist. In anderen Worten: Den Deutschen ist zwar bekannt, dass China im Bereich Kunst und Kultur besonders viel hervorgebracht hat, konkretes Detailwissen ist bei den meisten jedoch offensichtlich nicht ausreichend vorhanden. Diese geringe Präsenz der chinesischen Kunst und Kultur in den Köpfen der Deutschen lässt sich jedoch allein schon durch einen Blick auf deutsche Lehrpläne nachvollziehen. China wird weder im Geschichtsunterricht noch in Fächern wie Kunst, Erdkunde oder Sozialkunde in nennenswertem Umfang behandelt.

Nichtsdestotrotz können die Deutschen zum Thema Kunst und Kultur eine Reihe an Aspekten aufzählen. Ein Blick auf die Assoziationen zeigt: Das Spektrum der Nennungen in der deutschen Bevölkerung zu diesem Thema ist vielfältig – 22 Prozent denken beim Stichwort Kunst und Kultur aus China an bildende Kunst (vor allem Malerei und Bildhauerei) und Design. Neben dieser eher abstrakten Assoziation werden vor allem historische Errungenschaften und Kunstgegenstände mit China verbunden: 19 Prozent geben die Chinesische Mauer an, 15 Prozent denken an die Terrakotta-Armee, 12 Prozent an Vasen aus verschiedenen Dynastien. Aber auch die Probleme systemkritischer Künstler verbinden die deutschen Befragten mit dieser Thematik (12 Prozent). Hier wird vor allem auch der in Deutschland bekannte Künstler Ai Weiwei genannt.

➤ Abb. 29: Bewertung der Wahrnehmung im Bereich Kunst und Kultur



Basis: Personen, denen China/ Deutschland im Bereich Kunst und Kultur präsent ist; deutsche Bevölkerung (DE) n=875, Wirtschaftsentscheider (E) n=152, Politiker (P) n=79, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.227
 Frage: Und wie nehmen Sie China im Bereich Kunst und Kultur wahr?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

Chinesische Kunst und Kultur ist bei den deutschen Befragten überwiegend positiv besetzt, mehr als die Hälfte nimmt ihn positiv wahr. Bei den Entscheidern bewerten zwar nur 24 Prozent die chinesische Kunst und Kultur ausnahmslos positiv, aber immerhin 20 Prozent sehen diesen Bereich zumindest eher positiv. Politiker geben zu 30 bzw. 29 Prozent an, chinesische Kunst und Kultur (eher) positiv zu sehen, und liefern damit insgesamt also die positivste Einschätzung. Eine (eher) negative Wahrnehmung der chinesischen Kunst und Kultur ist dagegen in allen drei Gruppen eine absolute Ausnahme. Unter den deutschen Bürgern zum Beispiel ist zu diesem Thema nur etwa jeder Hundertste negativ gegenüber China eingestellt.

Deutsche Kunst und Kultur ist in China etwa 35 Prozent der Befragten stärker präsent. Gleichzeitig sind die genannten Assoziationen jedoch weniger vielfältig und eher allgemein wertend im Sinne einer als angenehm bzw. elegant empfundenen klassischen Kunst. Etwa ein Fünftel der Nennungen bezieht sich auf traditionelle Großveranstaltungen wie das Oktoberfest und den Karneval. 43 Prozent der Befragten verbinden mit deutscher Kunst und Kultur überhaupt keine konkreten Bilder. Die Wahrnehmung der deutschen Kunst und Kultur erfolgt grundsätzlich im positiven Licht, zumindest sehen das zwei Drittel der Befragten so. Der Rest hat eine neutrale Einstellung, eher negativ äußerte sich in der Befragung so gut wie niemand.

Politik

Das Wort „Politik“ bezeichnet sämtliche Institutionen, Prozesse, Praktiken und Inhalte, die die Einrichtung und Steuerung von Staat und Gesellschaft im Ganzen betreffen. Dahinter stehen so unterschiedliche Aspekte wie politische Sachgebiete (z. B. Weltpolitik, Innenpolitik, Wirtschaftspolitik), prozessuale Dimensionen (Reformen, Verhandlungen, Konflikte etc.) oder institutionelle Bereiche (Gesetze, Rechtsnormen, Abkommen). Insofern ist es nicht verwunderlich, dass im Rahmen der Befragung eine sehr große Bandbreite an unterschiedlichen Assoziationen genannt wurde, welche die Deutschen mit China und dem Ausdruck „Politik“ verbinden. Anders als in den Bereichen Sport sowie Kunst und Kultur ist jedoch der überwiegende Anteil der spontanen Nennungen negativ geprägt. Rund jeder Zweite hat beim Thema Politik in China an Missachtung von Menschenrechten gedacht (46 Prozent; vgl. hierzu auch Kapitel 1.3), jeder Vierte nennt als Stichwort Diktatur. Pressezensur und Strafen nach freier Meinungsäußerung, die thematisch ähnliche Nennungen sind, werden von 20 Prozent der Befragten geäußert. Weitere Bilder, die die negative Wahrnehmung beschreiben, sind: Territorialkonflikte, die 1-Kind-Politik und der aus Sicht vieler Befragter damit einhergehende Zwang zur Abtreibung, aber auch ein generelles Großmachtstreben Chinas.

Positive Assoziationen gibt es auch in diesem Bereich, sie stellen aber eher die Ausnahme in der Wahrnehmung der Deutschen dar. So erwähnen immerhin 2 Prozent der deutschen Bürger den positiven Beitrag Chinas im Zusammenhang mit der Unterstützung des Euro. Ebenso viele Personen weisen auf die wichtige Rolle Chinas als Handelspartner hin.

➤ Abb. 30: Assoziationen zu China im Bereich Politik

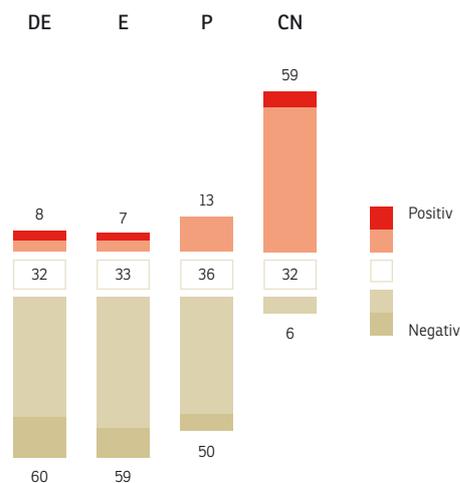
- 46 % MISSACHTUNG VON MENSCHENRECHTEN**
- 25 % DIKTATUR**
- 20 % PRESSEZENSUR / GEFÄNGNISSTRAFE NACH FREIER MEINUNGSÄUSSERUNG**
- 16 % KOMMUNISMUS**
- 8 % WIRTSCHAFTLICHE EINFLUSSNAHME WELTWEIT**
- 7 % MILITÄRMACHT**
- 7 % WIRTSCHAFTLICH STARK / WIRTSCHAFTSMACHT**
- 6 % TIBET-/ TAIWAN-/ JAPAN-/ TERRITORIALISMUSKONFLIKT**
- 6 % 1-KIND-POLITIK / ZWANG ZU ABTREIBUNG**
- 6 % MACHTORIENTIERT / GROSSMACHTSTREBEN**

Basis: Personen, denen China im Bereich Politik präsent ist; deutsche Bevölkerung (DE) n = 926
 Frage: Was fällt Ihnen denn spontan ein, wenn Sie an China im Bereich Politik denken?
 Mehrfachnennungen möglich.

Interessanterweise unterscheiden sich die Assoziationen zu China kaum in den drei betrachteten Gruppen: deutsche Bevölkerung, Wirtschaftsentscheider und Politiker. Dies lässt sich auch an den Ergebnissen zur direkten Frage nach der Wahrnehmung erkennen: Hier geben jeweils etwa 60 Prozent der Bevölkerung und der Wirtschaftsentscheider an, dass sie China im Zusammenhang mit dem Thema Politik (eher) negativ wahrnehmen, bei den Politikern ist es jeder Zweite. Auf der anderen Seite gibt nicht einmal jeder zehnte Bürger bzw. Wirtschaftsentscheider an, eine positive Wahrnehmung zu haben. Bei den Politikern sind es immerhin 13 Prozent, womit insgesamt festgestellt werden kann, dass die chinesische Politik in der Wahrnehmung der Politiker noch am besten abschneidet.

Ganz im Kontrast zur Wahrnehmung der chinesischen Politik steht die Wahrnehmung der Politik in Deutschland, die von 59 Prozent der befragten Chinesen positiv bewertet wird. Dem stehen nur 6 Prozent der Chinesen gegenüber, die Deutschland beim Thema Politik kritisch sehen. Die meisten Assoziationen der Chinesen beziehen sich auf die aktuelle Regierungsform bzw. das Thema Demokratie (etwa ein Fünftel der Nennungen). Weitere interessante Aspekte sind zum Beispiel die Nennung von Angela Merkel als weiblichem Staatsoberhaupt (5 Prozent) und der Bezug auf die Wiedervereinigung von Ost- und Westdeutschland (3 Prozent). Auch wenn Letztere über 20 Jahre zurückliegt, kommt sie den Befragten beim Thema deutsche Politik spontan in den Sinn, genauso wie der bereits über 60 Jahre zurückliegende Zweite Weltkrieg (6 Prozent).

➤ Abb. 31: Bewertung der Wahrnehmung im Bereich Politik



Basis: Personen, denen China/ Deutschland im Bereich Politik präsent ist; deutsche Bevölkerung (DE) n = 926, Wirtschaftsentscheider (E) n = 164, Politiker (P) n = 80, chinesische Bevölkerung (CN) n = 1.192
 Frage: Und wie nehmen Sie China im Bereich Politik wahr?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/ weiß nicht

➤ Abb. 32: Assoziationen zu China im Bereich Wirtschaft

31 % KOPIEREN / DIEBSTAHL VON IDEEN / ERFINDEN NICHTS SELBST
20 % BILLIGPRODUKTE VON MINDERER QUALITÄT
19 % WIRTSCHAFTLICH STARK / WIRTSCHAFTSMACHT
13 % ELEKTROINDUSTRIE
13 % BILLIGER PRODUKTIONSSTANDORT
13 % SCHLECHTE ARBEITSBEDINGUNGEN
11 % NIEDRIGLOHNLAND
11 % AUTOMOBILINDUSTRIE / MASCHINENBAU
10 % TECHNOLOGIE / TECHNIK / HIGHTECH (ALLG.)
8 % WENIG UMWELTSCHUTZAUFLAGEN BEI PRODUKTION

Basis: Personen, denen China im Bereich Wirtschaft präsent ist; deutsche Bevölkerung (DE) n=980
 Frage: Was fällt Ihnen denn spontan ein, wenn Sie an China im Bereich Wirtschaft denken?
 Mehrfachnennungen möglich.

Wirtschaft

Chinas Aufstieg der letzten Jahre zu einer wirtschaftlichen Großmacht ist beispiellos. Es vergeht mittlerweile kaum noch ein Tag, an dem ein Deutscher nicht mit chinesischen Produkten oder Nachrichten, die im Kontext zur chinesischen Wirtschaft stehen, konfrontiert wird. Und auch die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass das Thema Wirtschaft bei der Mehrheit der Befragten im Zusammenhang mit China mit Abstand am präsentesten ist.

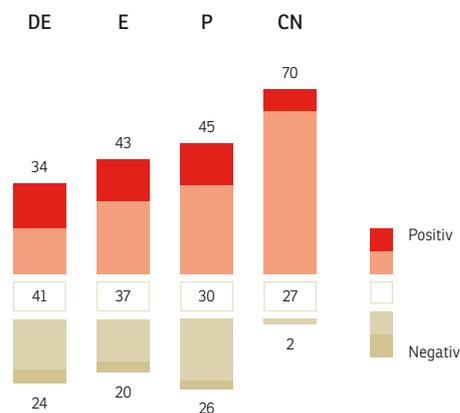
Viel stärker als bei den drei bereits besprochenen Bereichen wird das Thema Wirtschaft sowohl von der deutschen Bevölkerung als auch von den Wirtschaftsentscheidern und Politikern sehr ambivalent wahrgenommen, wie die spontanen Assoziationen zeigen: 31 Prozent der deutschen Bürger haben beim Stichwort Wirtschaft Chinas vor allem den Diebstahl von Ideen und die Kopiermentalität der Chinesen vor Augen. Jeder Fünfte denkt in diesem Zusammenhang an Billigprodukte minderer Qualität, einen billigen Produktionsstandort und schlechte Arbeitsbedingungen (jeweils 13 Prozent der Nennungen). Diesen sehr negativen Bildern stehen dabei auch viele (eher) positive Assoziationen gegenüber: wirtschaftliche Stärke (19 Prozent), (fortschrittliche) Technologie (10 Prozent), erfolgreiche Wirtschaft (7 Prozent) sowie eine Vielzahl an Nennungen zur Position und zu den Leistungen chinesischer Unternehmen in verschiedenen Branchen wie z. B. der Elektroindustrie und der Automobilindustrie.

Die bereits aus den Assoziationen ersichtliche Ambivalenz zeigt sich auch in der direkten Frage nach der Wahrnehmung der chinesischen Wirtschaft. So nimmt ein Viertel der befragten Deutschen China im Bereich Wirtschaft negativ bzw. eher negativ wahr, während ein Drittel die eigene Wahrnehmung als positiv bzw. eher positiv angibt. Mit etwa 40 Prozent stuft der größte

Anteil der Befragten seine Meinung zu Chinas Wirtschaft als neutral ein und sieht damit positive und negative Aspekte sehr ausgeglichen.

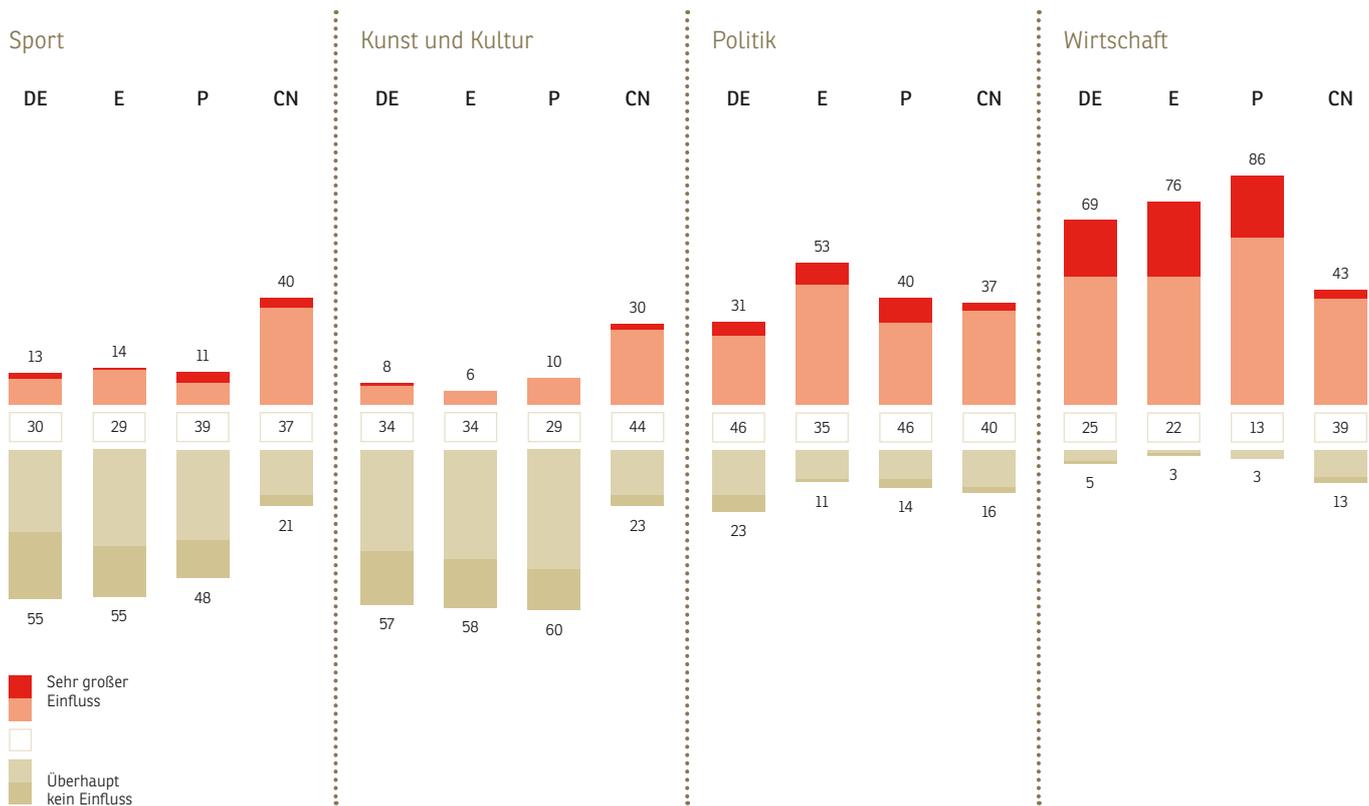
Bei den Wirtschaftsentscheidern und Politikern ist die Wahrnehmung der chinesischen Wirtschaft insgesamt etwas positiver als in der Bevölkerung – dies zeigen Zustimmungen von 43 bzw. 45 Prozent. Trotz dieser grundsätzlich positiven Tendenz in der Wahrnehmung finden sich auch bei den Befragten dieser beiden Gruppen zahlreiche eher negative Assoziationen wieder: So sagen auch 29 Prozent der Entscheider, dass in der chinesischen Wirtschaft Ideen kopiert werden. Bei den Politikern ist

➤ Abb. 33: Bewertung der Wahrnehmung im Bereich Wirtschaft



Basis: Personen, denen China/Deutschland im Bereich Wirtschaft präsent ist; deutsche Bevölkerung (DE) n=980, Wirtschaftsentscheider (E) n=168, Politiker (P) n=80, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.227
 Frage: Und wie nehmen Sie China im Bereich Wirtschaft wahr?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

Abb. 34: Einfluss Chinas bzw. Deutschlands in den vier Bereichen



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
 Frage: Welchen Einfluss hat Ihrer Ansicht nach Sport/ Kunst und Kultur/ Politik/ Wirtschaft in China auf Deutschland/ in Deutschland auf China?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/ weiß nicht

diese Assoziation mit 44 Prozent sogar noch deutlicher. Von diesen werden auch schlechte Arbeitsbedingungen (23 Prozent) und Verstöße gegen Umweltschutzauflagen (20 Prozent) angesprochen.

Rund 70 Prozent der befragten Chinesen nehmen Deutschland im Komplex Wirtschaft (sehr) positiv wahr. Diese Wahrnehmung entsteht dabei vor allem durch die Assoziation mit der deutschen Automobilindustrie und der Elektrotechnikbranche. Aber auch die Wirtschaftslage wird hier von den chinesischen Befragten angeführt (19 Prozent). Die hohe Produktqualität, die von deutschen Unternehmen so häufig als globaler Wettbewerbsvorteil zitiert wird, hat nur etwa jeder fünfzigste Befragte hier als spontane Assoziation genannt.

Abschließend soll an dieser Stelle noch einmal kurz der Frage nachgegangen werden, welchen Einfluss China in den vier diskutierten Bereichen Sport, Kunst und Kultur, Politik sowie Wirtschaft aus Sicht der Befragten auf Deutschland hat. Dabei wird aus den Ergebnissen der Befragung eine ganz klare Reihenfolge ersichtlich: Mit Abstand die größte Bedeutung wird China aus Sicht der Befragten in Bezug auf das Thema Wirtschaft

zugesprochen. Fast 70 Prozent der deutschen Bevölkerung, über 75 Prozent der Wirtschaftsentscheider und sogar fast 90 Prozent der befragten Politiker geben an, dass China im Bereich Wirtschaft einen großen oder sehr großen Einfluss auf Deutschland hat. Vor diesem Hintergrund und basierend auch auf der großen Ambivalenz in der Wahrnehmung wird das Thema China als Wirtschaftsmacht sowie als Produktions- und Innovationsstandort in Teil 2 dieser Publikation in zwei dedizierten Kapiteln noch einmal ausführlich aufgegriffen. Eine erste Betrachtung dieser Diskussion erfolgt im nächsten Kapitel unter dem Aspekt genereller Einschätzungen der Deutschen zu Chinas Wirtschaft.

Einen nicht ganz so herausragenden, aber dennoch signifikanten Einfluss auf Deutschland hat nach Meinung der Befragten auch die chinesische Politik. Vor allem Politiker (vier von zehn) wie auch Wirtschaftsentscheider (über 50 Prozent) messen ihr einen hohen Einfluss bei. Vor diesem Hintergrund werden einige im Rahmen der spontanen Assoziationen genannte Themen aufgegriffen und ebenfalls im nächsten Kapitel auf Basis von Einschätzungen der Befragten und zusätzlicher Informationen in einen ausführlicheren Kontext gestellt.

1.3 Wie schätzen die Deutschen China und die Chinesen Deutschland zu ausgewählten Themenstellungen ein?

China ist drei Jahrzehnte nach Beginn der kommunistischen Reformpolitik ein wichtiger Akteur in der globalisierten Welt geworden, nicht nur als Wirtschaftsmotor der Welt, von dessen konjunkturellem Auf und Ab auch Arbeitsplätze in Deutschland abhängen, sondern auch als politisches Schwergewicht, das seinen Einfluss auf diplomatischer und militärischer Ebene weiter ausbaut. Auch in Sachen Umweltschutz und Klimawandel beeinflusst China durch seine schiere Größe und seinen entsprechenden Rohstoffverbrauch die weltweite Balance. China steht hauptsächlich auf außenpolitischer und wirtschaftlicher Ebene im Fokus der Betrachtung durch die westliche Welt. Allerdings werden innenpolitische Aspekte, wie der Umgang mit Menschenrechten oder mit der Meinungsfreiheit bei Staatsbesuchen aus Europa und den USA, ebenfalls angesprochen. Und mit zunehmender Bildung der ohnehin sehr leistungsorientierten Bevölkerung scheint ein unerschöpfliches Reservoir an gut ausgebildeten Arbeitskräften zu entstehen, aus dem vor allem chinesische, aber auch internationale Unternehmen schöpfen können.

China erntet für diese Erfolgsgeschichte Anerkennung, in Teilen der deutschen Bevölkerung sogar Bewunderung, aber es entstehen auch Ängste und Vorbehalte, wie wir in der Diskussion der Wahrnehmungen in den vorangegangenen Kapiteln gesehen haben. Die Deutschen sind China gegenüber ambivalent und dabei oft auch kritisch eingestellt, was sicherlich auch auf die Bewertung Chinas auf Basis der eigenen Maßstäbe und anhand von in deutschen Medien diskutierten Kriterien hinsichtlich Politik, Umwelt oder wirtschaftlichem Handeln zurückzuführen ist. Dies soll einleitend zumindest kurz erwähnt werden, da es

auf den nachfolgenden Seiten genau um die Beurteilung Chinas geht: Wie schätzen die Deutschen China im Hinblick auf folgende Themenstellungen ein:

- Wirtschaft
- Bildung und Leistungsorientierung
- Staatsform, Militär und Menschenrechte
- Umwelt- und Klimaschutz

Die Auswahl der Themen beruht, wie im vorangegangenen Kapitel bereits herausgearbeitet, einerseits auf der wichtigen Rolle, die diese Themen für die Wahrnehmung durch die deutsche Bevölkerung spielen, und andererseits auf ihrer gesellschaftspolitischen Relevanz. Auch in diesem Kapitel erfolgt keine einseitige Betrachtung der deutschen Ergebnisse, sondern es wird bei allen Themen auch die Einschätzung der chinesischen Bevölkerung zur Position Deutschlands als Spiegelbild aufgeführt.

1.3.1 China als Wirtschaftsmacht

Chinas bedeutende Rolle in der Welt beruht heute in allererster Linie auf seiner wirtschaftlichen Stärke. Diese ist das Erste, was die Deutschen mit China assoziieren. Der Einfluss Chinas auf Deutschland ist laut den Befragten im Bereich Wirtschaft entsprechend auch am größten. Vor diesem Hintergrund setzt sich diese Publikation im zweiten Teil ausführlich mit China als Wirtschaftsmacht auseinander und geht der Frage nach, ob diese

Macht von den Deutschen eher als Bedrohung oder als Bereicherung gesehen wird. Ziel dieses Unterkapitels ist es, die allgemeine Einschätzung der Befragten zu China als Wirtschaftsmacht darzustellen und sie anhand einiger Kennzahlen in den Kontext zu stellen.

Um eine Einstufung Chinas innerhalb der Weltwirtschaft aus Sicht der deutschen Bevölkerung zu erhalten, wurden die Befragten gebeten, Chinas Position als Wirtschaftsmacht im internationalen Vergleich einzuschätzen. Das Ergebnis zeigt eindeutig, dass China von den Deutschen als führend im Bereich Wirtschaft eingestuft wird. So sagen 88 Prozent der Bevölkerung, dass China als Wirtschaftsmacht entweder die erste Position einnimmt (20 Prozent) oder sich im oberen Drittel befindet (68 Prozent). Bei den Wirtschaftsentscheidern und Politikern findet sich diese Wahrnehmung mit 94 bzw. 96 Prozent sogar noch stärker wieder.

Hinsichtlich der weiteren Entwicklung schätzen die Befragten China ebenfalls sehr positiv ein: In allen drei Untersuchungsgruppen gehen etwa drei Viertel der Befragten davon aus, dass China seine Position künftig sogar noch stärken bzw. verbessern wird.

Den wirtschaftlichen Erfolg Chinas im internationalen Vergleich verdeutlichen auch die folgenden „harten“ Fakten: Vergleicht man das Bruttoinlandsprodukt (BIP) weltweit, so steht China mit einem BIP von 7.298 Milliarden US-Dollar direkt hinter den USA mit 15.094 Milliarden US-Dollar an zweiter Stelle (vgl. IWF 2012). Das BIP-Wachstum betrug in den letzten zehn Jahren durchschnittlich 10,5 Prozent (Zeitraum 2000 bis 2010) und selbst in diesem Jahr wird ein Wachstum von ca. 7,7 Prozent erwartet – trotz sich eintrübender Weltkonjunktur (Asian Development Bank 2012). Auch als Handelsnation rangiert China mit an oberster Stelle, mit bislang hohen Zuwachsraten.

➤ Abb. 35: Bruttoinlandsprodukt 2011

Rang	Land	BIP Mio. US-Dollar (2011)	Veränderung zum Vorjahr (real) in Landeswährung
–	Welt	69.659.626	+ 3,85 %
–	Europäische Union	17.577.691	+ 1,62 %
1	Vereinigte Staaten	15.094.025	+ 1,74 %
2	China	7.298.147	+ 9,24 %
3	Japan	5.869.471	– 0,75 %
4	Deutschland	3.577.031	+ 3,06 %
5	Frankreich	2.776.324	+ 1,72 %
6	Brasilien	2.492.908	+ 2,73 %

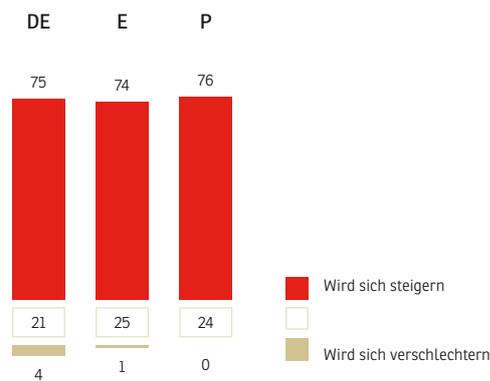
Quelle: IWF 2012, Merkmal PPPGDP

➤ Abb. 36: China im internationalen Vergleich – Wirtschaftsmacht



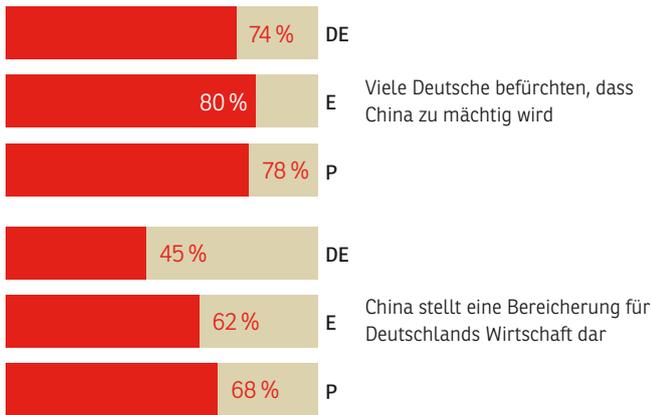
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Erster, 2 Im oberen Drittel, 3 Im Mittelfeld, 4 Im unteren Drittel, 5 Letzter)
Frage: Wie sehen Sie die Position Chinas im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Wirtschaftsmacht)

➤ Abb. 37: Chinas zukünftige Entwicklung – Wirtschaftsmacht



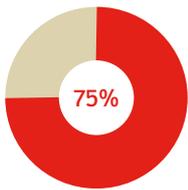
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? (Wirtschaftsmacht)

► **Abb. 38: Einschätzungen zur Wirtschaftsmacht China**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

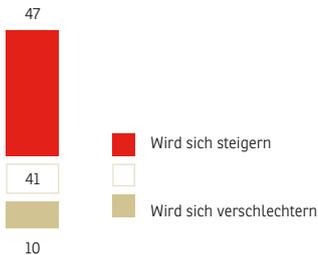
► **Abb. 39: Deutschland im internationalen Vergleich – Wirtschaftsmacht**



Chinesische Bevölkerung (CN)

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Erster, 2 Im oberen Drittel, 3 Im Mittelfeld, 4 Im unteren Drittel, 5 Letzter)
Frage: Wie sehen Sie die Position Deutschlands im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Wirtschaftsmacht)

► **Abb. 40: Deutschlands zukünftige Entwicklung – Wirtschaftsmacht**



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? (Wirtschaftsmacht)
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

Der wirtschaftliche Erfolg Chinas und der damit verbundene Einfluss werden von den befragten Deutschen jedoch ambivalent gesehen: Rund drei Viertel stimmen der Aussage zu, dass viele Deutsche befürchten, dass China zu mächtig wird. Ähnliche Ergebnisse gibt es bei den Wirtschaftsentscheidern (80 Prozent) und Politikern (78 Prozent). Gleichzeitig wird China aber auch als Bereicherung für die deutsche Wirtschaft empfunden. Dies sehen über 60 Prozent der Entscheider und fast 70 Prozent Politiker so, in der Bevölkerung ist es etwa jeder Zweite.

Deutschland wird aus der Perspektive der chinesischen Bevölkerung ebenfalls als eine führende Wirtschaftsmacht erachtet. So glaubt etwa ein Viertel der Befragten, Deutschland wäre die Wirtschaftsmacht Nummer eins. Gut die Hälfte der Befragten stuft Deutschland im oberen Drittel ein, weitere 21 Prozent im Mittelfeld. Selbst was die Wachstumsaussichten angeht, sind die Chinesen in Bezug auf Deutschland sehr optimistisch: Fast die Hälfte der Befragten erwartet, dass sich Deutschlands Position im internationalen Vergleich in den kommenden Jahren sogar noch verbessert. Von einer Verschlechterung geht nur jeder Zehnte aus.

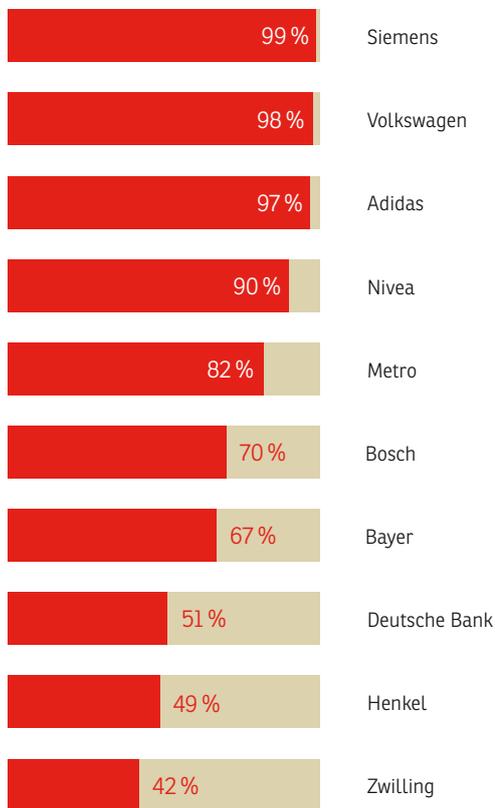
Im Vergleich zur deutschen Bevölkerung nehmen die Chinesen den wirtschaftlichen Erfolg Deutschlands viel seltener als Bedrohung wahr: Lediglich jeder dritte Befragte gibt an, dass Chinesen insgesamt befürchten, dass Deutschland zu mächtig wird. Vielmehr wird Deutschland als Bereicherung für China empfunden (61 Prozent). Ein möglicher Grund dafür könnte die Tatsache sein, dass durch die deutsche Wirtschaft Arbeitsplätze in China geschaffen werden (64 Prozent Zustimmung). Aber auch die hohe Bekanntheit und Beliebtheit deutscher Marken und Produkte in China spielen für dieses Ergebnis eine Rolle (vgl. Abb. 42).

➤ Abb. 41: Einschätzungen zur Wirtschaftsmacht Deutschland



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

➤ Abb. 42: Bekanntheit deutscher Marken in China



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Kenne ich und weiß, um was es sich handelt, 2 Habe ich schon einmal gehört, kann ich aber nicht zuordnen, 3 Habe ich noch nie gehört)
Frage: Welche der folgenden Marken kennen Sie...?
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingte bzw. keine Angabe/weiß nicht

1.3.2 Bildung und Leistungsorientierung

Bildung spielt in China sowohl in der Gesellschaft als auch für den Staat traditionell eine wichtige Rolle. Die chinesische Regierung stellt sich auf den Standpunkt, dass es für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg des Landes bedeutend ist, in die Aus- und Weiterbildung der Bevölkerung zu investieren. Daten belegen, dass in China in den letzten 20 Jahren große Fortschritte im Bildungswesen erreicht wurden. Während es 1990 rund 8 Millionen Akademiker in China gab, ist die Zahl 2010 auf fast 57 Millionen Akademiker angestiegen. Zum Vergleich: Die USA, das Land mit den meisten Akademikern, verfügte 2010 über 65 Millionen, Deutschland über fast 8 Millionen Akademiker (vgl. DB Research 2011). Und nicht nur der Staat, sondern auch chinesische Eltern investieren in hohem Maße in eine gute Ausbildung ihres (in der Regel einzigen) Kindes, häufig mit hohem finanziellen Aufwand. Gerade wenn es um das Ziel der Aufnahme an einer Hochschule geht, erwächst daraus oft ein enormer Leistungsdruck auf die Kinder bzw. Jugendlichen. Denn der Zugang zu einer Hochschule steht nur jenen offen, die die landesweit einheitlichen Hochschuleingangsprüfungen erfolgreich absolviert haben. Dabei entscheidet nur der erreichte Punktwert im Wettbewerb mit zahlreichen Mitbewerbern darüber, wer an den begehrten Spitzenuniversitäten des Landes aufgenommen wird.

Laut westlichen Kritikern basiert dieses System auf einer Wiedergabe von auswendig gelernten Inhalten in entsprechend ausgelegten Zugangsprüfungen. Das chinesische Bildungssystem stellt damit, so die Kritiker weiter, die Wissensaneignung über alle Ebenen hinweg voran und fokussiert auf die Problemlösungskompetenz nur in geringen Maßen (vgl. Meyers Atlas China). Ähnlich wird dies auch in anderen konfuzianisch geprägten Ländern wie

➤ Abb. 43: Anzahl der Akademiker

Land	2010	1990
Brasilien	6.392.672	2.996.584
Deutschland	7.805.163	5.065.932
Japan	25.483.310	12.701.808
Indien	25.701.325	11.313.015
Russland	27.726.744	22.078.439
EU-25	48.426.744	22.078.439
China	56.716.036	8.354.300
USA	65.410.920	43.989.440

Quelle: DB Research 2011

Japan und Südkorea gehalten. Wie auch immer man didaktisch diese Sichtweise einordnet, Tatsache ist, dass sich die Zahl der asiatischen Spitzenuniversitäten seit 2003 mehr als verdoppelt hat: Laut ARWU (Academic Ranking of World Universities) gab es seit dem Jahr 2003 insbesondere starke Zuwächse aus Ostasien. Der Großteil dieses Anstiegs ist auf China zurückzuführen (vgl. ARWU 2010). Doch nicht nur die Zahl der Akademiker und die Qualität der Universitäten haben sich erhöht, auch in der Schulbildung ist China eine der führenden Nationen. Dies wird u. a. an den Ergebnissen der PISA-Studie 2009 sichtbar. China schneidet hier in allen Bereichen auf dem ersten Platz ab – wobei einschränkend gesagt werden muss, dass sich dies auf die Schüler in Schanghai bezieht (vgl. OECD 2009).

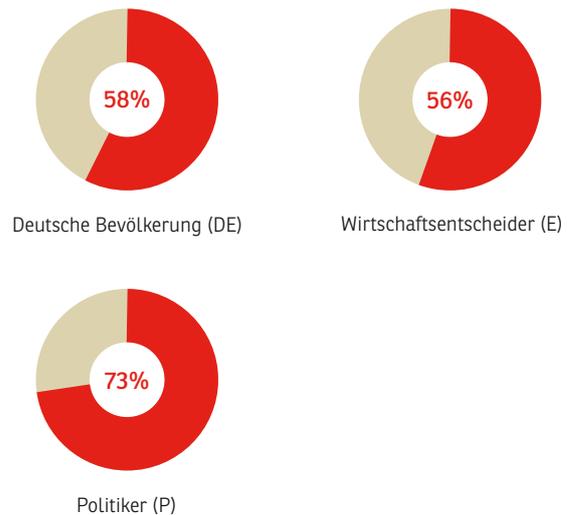
Die guten Voraussetzungen und die Bestrebungen im Bereich Nachwuchsförderung und Bildung in China zeigen sich auch in der Wahrnehmung der Deutschen im Rahmen der Ergebnisse zum internationalen Vergleich: Jeder zehnte befragte Deutsche sieht China im Bereich Nachwuchsförderung und Bildung auf dem ersten Platz, weitere 50 Prozent im oberen Drittel. Die Wirtschaftsentscheider und Politiker sehen China hier zwar seltener an erster Stelle (4 bzw. 5 Prozent), wähen das Reich der Mitte aber häufiger im oberen Drittel (mehr als die Hälfte der Entscheider und sogar mehr als zwei Drittel der Politiker).

➤ Abb. 44: Ergebnisse der PISA-Studie 2009

Mathematik	Naturwissenschaften	Leseverständnis
1. China (Schanghai) 600	1. China (Schanghai) 575	1. China (Schanghai) 576
2. Singapur 562	2. Finnland 554	2. Südkorea 539
3. Hongkong, China 555	3. Hongkong, China 549	3. Finnland 536
4. Südkorea 546	4. Singapur 542	4. Hongkong, China 533
5. Republik China 543	5. Japan 539	5. Singapur 526
6. Finnland 541	6. Südkorea 546	6. Kanada 524
7. Liechtenstein 536	7. Neuseeland 532	7. Neuseeland 521
8. Schweiz 534	8. Kanada 529	8. Japan 520
9. Japan 529	9. Estland 528	9. Australien 515
10. Kanada 527	10. Australien 527	10. Niederlande 508
11. Niederlande 526	11. Niederlande 522	11. Belgien 506
12. Macao, China 525	12. Liechtenstein 520	12. Norwegen 503
13. Neuseeland 519	13. Deutschland 520	13. Estland 501
14. Belgien 515	14. Republik China 520	14. Schweiz 501
15. Australien 514	15. Schweiz 517	15. Polen 500
16. Deutschland 513	16. UK 514	16. Island 500

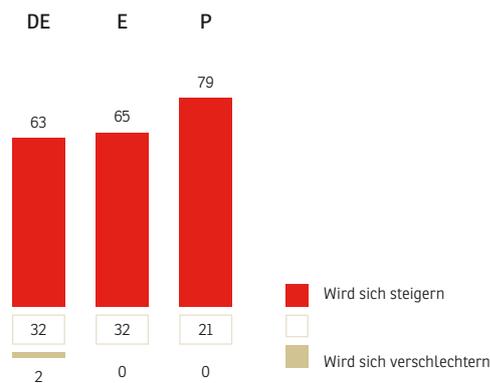
Quelle: OECD 2009

➤ Abb. 45: China im internationalen Vergleich – Nachwuchsförderung und Bildung



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Erster, 2 Im oberen Drittel, 3 Im Mittelfeld, 4 Im unteren Drittel, 5 Letzter)
Frage: Wie sehen Sie die Position Chinas im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Nachwuchsförderung und Bildung)

➤ Abb. 46: Chinas zukünftige Entwicklung – Nachwuchsförderung und Bildung



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? (Nachwuchsförderung und Bildung)
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

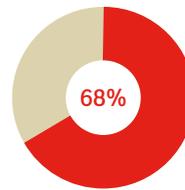
Interessant ist auch zu sehen, dass die Deutschen davon ausgehen, dass sich Chinas Position im Bereich Bildung noch weiter verbessern dürfte. So gehen knapp zwei Drittel der befragten Bürger und Wirtschaftsentscheider und fast 80 Prozent der Politiker davon aus, dass sich China im Bereich Bildung in den kommenden Jahren weiter steigern wird.

Neben den Bildungseinrichtungen werden den Chinesen auch Eigenschaften zugeschrieben, die das gute Abschneiden Chinas zusätzlich erklären können. Die positive Erwartungshaltung der Deutschen in Bezug auf eine weitere Steigerung des chinesischen Bildungsniveaus überrascht nicht, wenn man sich die Bewertung von bestimmten Eigenschaften ansieht, die die Deutschen bei den Chinesen als im hohen Maße gegeben erachten. So sind aus Sicht von beinahe 90 Prozent der befragten Deutschen Chinesen leistungsorientiert und fleißig und verfügen zusätzlich über viel Disziplin. Bei den Wirtschaftsentscheidern ist die Zustimmungsrate auf einem etwas niedrigeren Niveau mit rund 80 Prozent, die Politiker sind mit 95 bzw. 83 Prozent von der Leistungsorientierung und dem Fleiß überzeugt, die Disziplin wird von 90 Prozent gesehen.

Deutschlands Position im Bereich Bildung und Nachwuchsförderung wird von der chinesischen Bevölkerung auf einem ähnlichen Niveau gesehen wie umgekehrt. Insgesamt glauben etwa

zwei Drittel der Befragten, dass sich Deutschland zumindest im oberen Drittel bewegt, 14 Prozent glauben sogar, dass Deutschland hier weltweit führend ist. Bei den klassischen deutschen Sekundärtugenden sprechen 70 Prozent der befragten Chinesen den Deutschen Disziplin zu, 79 Prozent sind vom Fleiß der Deutschen überzeugt. Zwei Drittel der Befragten geben an, dass die deutsche Bevölkerung leistungsorientiert ist.

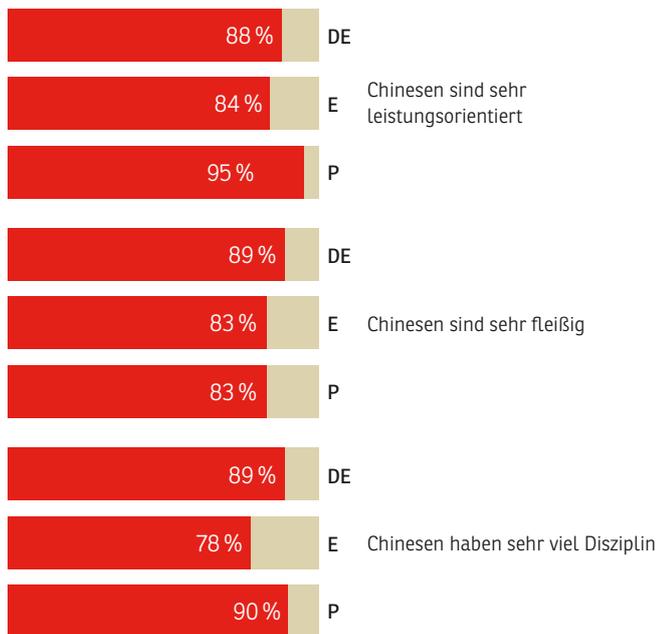
► **Abb. 48: Deutschland im internationalen Vergleich – Nachwuchsförderung und Bildung**



Chinesische Bevölkerung (CN)

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Erster, 2 Im oberen Drittel, 3 Im Mittelfeld, 4 Im unteren Drittel, 5 Letzter)
Frage: Wie sehen Sie die Position Deutschlands im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Nachwuchsförderung und Bildung)

► **Abb. 47: Einschätzungen zur Leistungsorientierung in China**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 stimme voll und ganz zu, 5 stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

► **Abb. 49: Deutschlands zukünftige Entwicklung – Nachwuchsförderung und Bildung**



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? (Nachwuchsförderung und Bildung)
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

► **Abb. 50: Einschätzungen zur Leistungsorientierung in Deutschland**



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

1.3.3 Staatsform, Militär und Menschenrechte

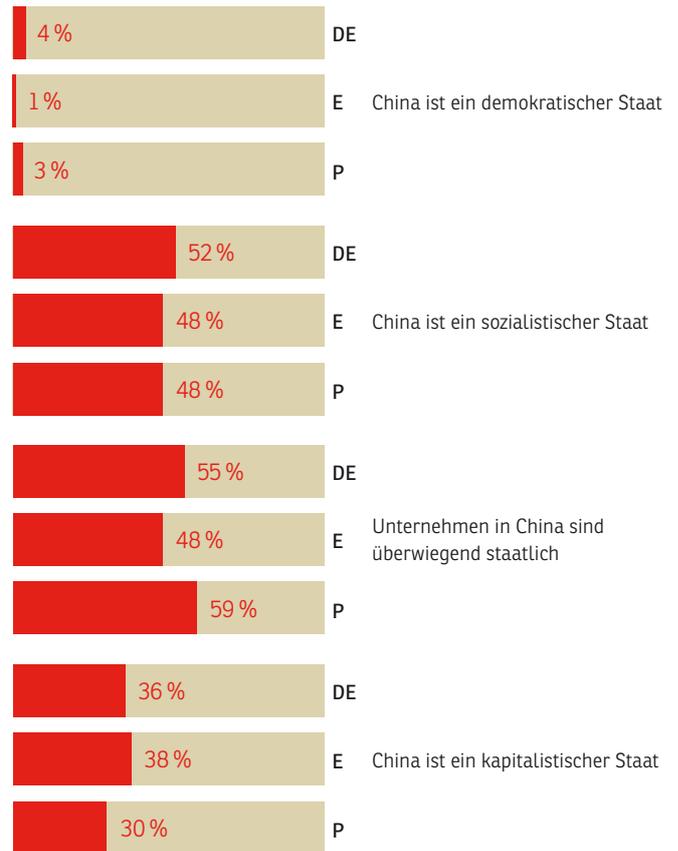
Aus dem Blickwinkel eines externen Betrachters kann China in Bezug auf das politische System und die politische Situation durchaus widersprüchlich erscheinen: China ist formell ein durch die kommunistische Partei Chinas regiertes Land. Hinsichtlich der beeindruckenden Wachstumszahlen und der Dynamik der heimischen Wirtschaft wird es mittlerweile gleichzeitig auch häufig als höchst kapitalistisch geprägtes Land dargestellt. Diese Ambivalenz lässt sich in China auch noch auf ganz andere Bereiche des gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Lebens beziehen.

Ziel dieses Unterkapitels ist es, ein aktuelles Bild der Wahrnehmung Chinas zu den Themen Staatsform, Militär und Menschenrechte durch die deutsche Bevölkerung sowie Wirtschaftsentscheider und Politiker im Kontext einiger themenspezifischer Rahmenfakten zu liefern.

Die spontanen Assoziationen zu China zeigen: Offen gefragt, verbinden die Deutschen mit China im Hinblick auf seine Staatsform kaum einen sozialistischen und in keiner Form einen demokratischen Staat. Vielmehr fallen Nennungen wie Diktatur (25 Prozent), Kommunismus/kommunistisches Land (16 Prozent) und Maoismus (3 Prozent). Nur 1 Prozent der Befragten verortet China als sozialistischen Staat. Es sieht also so aus, dass die nach außen wahrgenommene Kommunistische Partei das Bild der Deutschen viel stärker prägt als der verfassungsgemäße Sozialismus. Wirtschaftsentscheider setzen China spontan sogar noch häufiger mit dem Kommunismus (29 Prozent) und einer Diktatur (30 Prozent) in Bezug. Bei den Politikern nennen gar 55 Prozent der Befragten den Aspekt Diktatur bei den offenen Assoziationen zu China im Zusammenhang mit dem Thema Politik.

Gestützt gefragt, sieht das Bild jedoch etwas anders aus: Auf die direkte Frage, inwieweit sie den jeweiligen Aussagen zustimmen würden, ergaben sich folgende Ergebnisse: Über die Hälfte der deutschen Bevölkerung und knapp die Hälfte der Entscheider und Politiker stimmen der Aussage (voll und ganz) zu, China sei ein sozialistischer Staat. Auf der anderen Seite stimmt jeweils etwa ein Viertel dieser Aussage (überhaupt) nicht zu. Es zeigt sich hier also durchaus ein unentschlossenes Bild. Ganz anders beim Thema Demokratie: Hier glauben nur 4 Prozent der Befragten, bei China handele es sich um einen demokratischen Staat, während 84 Prozent der Deutschen (etwa 90 Prozent der Entscheider und Politiker) diese Aussage verneinen.

Abb. 51: Einschätzungen zur chinesischen Staatsform



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Drei Jahrzehnte nachdem sich das Land langfristig zur Politik der wirtschaftlichen Reform und Öffnung bekannt hat und das Konzept der „sozialistischen Marktwirtschaft“ in die Verfassung aufgenommen hat, wird China durch seine starke Präsenz auf dem Weltmarkt, seine Exportstärke und das zunehmende Interesse an internationalen Wirtschaftsbeziehungen mittlerweile nicht nur als kommunistischer/sozialistischer Staat, sondern fast in gleichem Maße als kapitalistisch wahrgenommen: Fast 40 Prozent der deutschen Bevölkerung und der Entscheider sowie 30 Prozent der Politiker stimmen der Aussage zu, China sei ein kapitalistisches Land. Diese Wahrnehmung dürfte sich künftig sogar noch verstärken.

Privatunternehmen gibt es in China seit 1980. Neben diesen gibt es noch immer eine Vielzahl an Staatsunternehmen in allen Branchen. Je nach Quelle und Bewertungsmethode generieren die staatlichen Unternehmen heute noch zwischen 30 und 50 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (vgl. Capital Trade, Incorporated, 2011). Auch die Mehrheit der Deutschen (55 Prozent) geht davon aus, dass in China eine hohe Quote an Staatsbetrieben existiert. 59 Prozent der Politiker sehen das genauso, wohingegen bei Wirtschaftsentscheidern ein geringerer Anteil (48 Prozent) dieser Aussage zustimmt.

Die Staatsform Deutschlands ist der chinesischen Bevölkerung nicht so präsent, wie man es vielleicht vermuten würde. So gehen zwar über 70 Prozent der befragten Chinesen davon aus, dass Deutschland ein demokratischer Staat ist, jedoch stimmen auch fast 30 Prozent der Aussage zu, Deutschland wäre ein sozialistischer Staat. Interessant ist auch die Annahme von über der Hälfte der Befragten, dass deutsche Unternehmen überwiegend staatlich seien. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Befragten hier nicht an Unternehmen wie die Deutsche Bahn oder die Deutsche Post gedacht haben, sondern dass diese Rückschlüsse vermutlich aus Erfahrungen mit der Unternehmenssituation im eigenen Land und entsprechender Wahrnehmung deutscher Unternehmen vor Ort herrühren. Eindeutiger wird die Einordnung Deutschlands wieder im Hinblick auf das Thema Kapitalismus. Fast drei Viertel der Befragten ordnen Deutschland als kapitalistisches Land ein, während nur 7 Prozent dieser Aussage nicht zustimmen.

Abb. 52: Einschätzungen zur deutschen Staatsform



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Betrachtet man das politische System Chinas mit Blick auf die Frage, wie die Deutschen es wahrnehmen, ist an dieser Stelle ebenfalls die folgende Beobachtung zu nennen: China wird von der deutschen Bevölkerung zunehmend auch als Militärmacht gesehen. Im Rahmen der Befragung wurde China bei diesem Aspekt direkt nach dem Thema Wirtschaftsmacht international am stärksten eingeordnet. So wird China hier insgesamt von 72 Prozent der befragten Deutschen als führend angesehen (Wirtschaftsentscheider und Politiker jeweils knapp über 80 Prozent), von 13 Prozent der Bevölkerung sogar an erster Stelle. Gleichzeitig gibt beinahe jeder zweite Befragte an, Angst vor China als Militärmacht zu haben. Diese etwas unspezifische Befürchtung wird durch die Assoziationen der Befragten zu China etwas deutlicher: Die Deutschen bringen China bei spontanen Antworten u. a. mit dem Tibet-Konflikt, der geforderten Wiedervereinigung mit Taiwan, aber auch dem Inselstreit mit Japan in Verbindung. Gerade Letzteres ist aktuell in der deutschen Medienlandschaft sehr präsent (vgl. Medienanalyse, Kapitel 1.4). Diese Assoziationen mögen auch dazu beitragen, dass die Hälfte der deutschen Bevölkerung der These „China mischt sich in die Belange anderer Länder ein“ zustimmt. Bei Wirtschaftsentscheidern und Politikern liegt der Zustimmungswert hier sogar bei knapp 60 Prozent (Entscheider) bzw. 65 Prozent (Politiker). Die Bedenken gegenüber der Militärmacht Chinas werden jedoch

nicht mit einem grundsätzlich aggressiven Verhalten der chinesischen Bevölkerung gleichgesetzt. Im Gegenteil: Fast die Hälfte der Befragten in Deutschland stufen die Chinesen als friedliches Volk ein (Entscheider: 44 Prozent, Politiker: 49 Prozent).

Nach einer Veröffentlichung von SIPRI (Stockholm International Peace Research Institute) zu den internationalen Rüstungsausgaben liegt China mit mittlerweile mehr als 100 Milliarden US-Dollar Rüstungsausgaben in 2011 auf dem zweiten Rang, jedoch noch deutlich hinter den USA. Im letzten Jahr wurden die Ausgaben dabei um 2,2 Prozent gesteigert (vgl. SIPRI 2012). Zu diesen Ausgaben tragen die langen Außengrenzen und die angrenzenden Krisenherde als wesentliche Faktoren bei. Eine weitere relevante Zahl in diesem Kontext ist die Gesamtzahl der Soldaten in China. Mit 2,3 Millionen aktiven Soldaten verfügt China über die größte Armee weltweit (vgl. China Military Power Report 2009). Die Gesamt-Militärausgaben pro Kopf der Bevölkerung fallen hingegen mit 74 US-Dollar im Vergleich zu den USA (2.141 US-Dollar) sowie den größten europäischen Ländern deutlich niedriger aus.

Auch Deutschland wird von mehr als 60 Prozent der Chinesen als führende Militärmacht wahrgenommen, jeder zehnte Befragte sieht Deutschland sogar an der ersten Stelle. 45 Prozent der Chinesen geben an, eine gewisse Angst vor der Militärmacht Deutschlands zu empfinden. Etwa ein Drittel der Befragten widerspricht dieser These (überhaupt). Insgesamt werden die

► Abb. 53: Militärausgaben

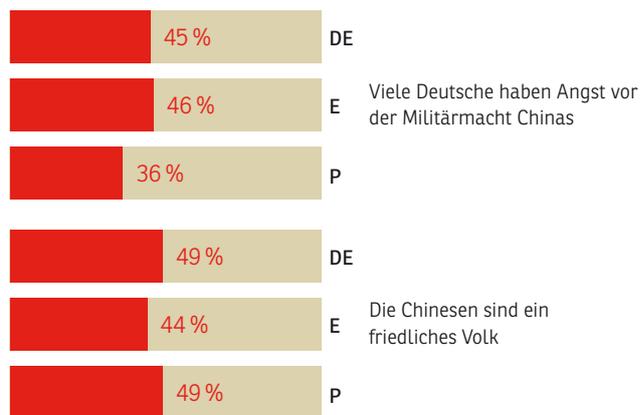
Rang	Land	Ausgaben (US-Dollar)	Prozent vom BIP	Pro Kopf (US-Dollar)
–	Welt	1.546.529.200.000	2,2%	
1	Vereinigte Staaten	687.105.000.000	4,7%	2.141
2	China	114.300.000.000	2,2%	74
3	Russland	61.285.000.000	2,5%	428
4	Frankreich	57.424.000.000	2,7%	879
5	UK	55.586.000.000	2,7%	893
6	Japan	54.420.000.000	1,0%	401
7	Saudi-Arabien	46.848.000.000	11,4%	1.558
8	Indien	44.917.000.000	2,5%	30
9	Deutschland	38.198.000.000	1,8%	593
10	Italien	34.816.000.000	1,8%	593

Quelle: China Military Power Report 2009

Deutschen auch als friedliches Volk wahrgenommen. Fast 70 Prozent der Chinesen bewerten dies entsprechend.

Die öffentliche Diskussion in China hat durch die soziale Dynamik, die durch die wirtschaftlichen Reformen ausgelöst wurde, sowie durch die zunehmende Verbreitung und den Gebrauch moderner Kommunikationsmittel seit Jahrzehnten an Intensität gewonnen. Im öffentlichen Diskurs in Deutschland wird gleichzeitig häufig über Probleme beispielsweise hinsichtlich Rechtsstaatlichkeit und Meinungsfreiheit berichtet, in denen die Verhältnisse nicht vergleichbar mit westlichen Demokratien sind. Eine Herausforderung ist auch das Thema Korruption, das sowohl in der öffentlichen Wahrnehmung als auch bis in die höchsten politischen Gremien immer mehr als ein Hemmnis für die Entwicklung Chinas angeführt wird. So sehr die Deutschen von China in vielerlei Hinsicht angetan sind, so schwer tun sie sich mit Chinas Haltung zu Freiheit, Demokratie und Transparenz nach westlichen Maßstäben.

➤ **Abb. 54: Einschätzungen zur Militärmacht Chinas**



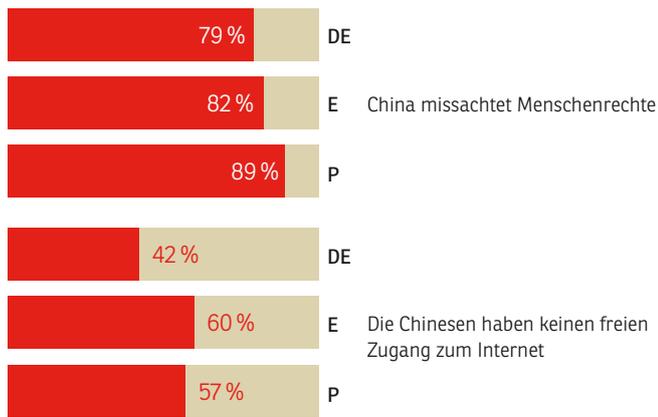
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

➤ **Abb. 55: Einschätzungen zur Militärmacht Deutschlands**



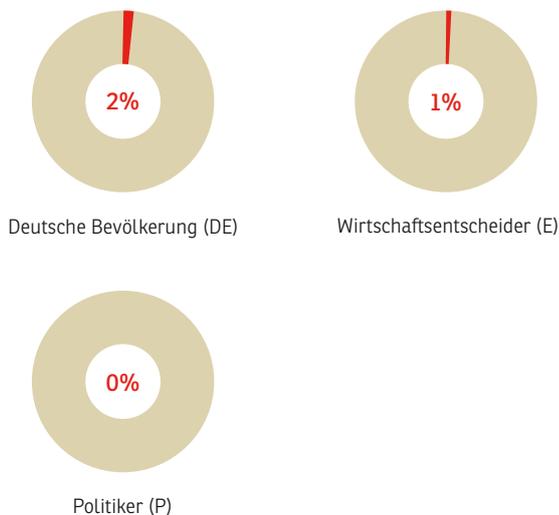
Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

➤ **Abb. 56: Einschätzungen zu Menschenrechten in China**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

➤ **Abb. 57: China im internationalen Vergleich – Menschenrechte**

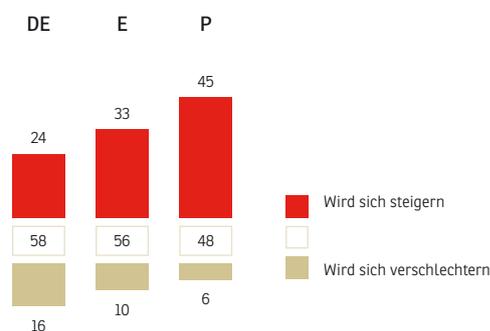


Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Erster, 2 Im oberen Drittel, 3 Im Mittelfeld, 4 Im unteren Drittel, 5 Letzter)
Frage: Wie sehen Sie die Position Chinas im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Menschenrechte)

Menschenrechte, Meinungsfreiheit oder staatliche Willkür werden häufig von den Medien aufgegriffen und in den öffentlichen Raum gestellt. Entsprechend werden sie wahrgenommen und beschäftigen die deutschen Bürger, Wirtschaftsentscheider und Politiker auch auf persönlicher Ebene. Das wird vor allem durch die spontanen Assoziationen ersichtlich, die Deutsche zu China haben. So fällt den Deutschen das Thema „Missachtung von Menschenrechten“ am vierthäufigsten von allen Themen zu China ein. Hinzu kommen des Weiteren Nennungen zu Pressezensur und Gefängnisstrafen nach freier Meinungsäußerung oder auch dem Zwang zu Abtreibungen. Noch deutlicher wird die intuitive Einschätzung der Deutschen bei der Frage nach ihren Assoziationen zu China im Zusammenhang mit dem Thema Politik. Hier nennt fast die Hälfte der Bevölkerung die Missachtung von Menschenrechten (38 Prozent der Entscheider und 51 Prozent der Politiker) und ein Fünftel Presse-zensur und Gefängnisstrafen nach freier Meinungsäußerung.

Viel deutlicher tritt die Meinung der Deutschen noch hervor, wenn man sie direkt auf das Thema Menschenrechte anspricht. So stimmen fast 80 Prozent der Deutschen der Aussage zu: „China missachtet Menschenrechte“. Bei den Wirtschaftsentscheidern sind es etwas über 80 Prozent und bei den Politikern fast 90 Prozent. Dieses kritische Bild wird auch bei der Einschätzung Chinas zu diesem Thema im internationalen Vergleich deutlich. 37 Prozent der befragten Deutschen sehen China im Bereich Menschenrechte auf dem letzten Platz, weitere 49 Prozent

➤ **Abb. 58: Chinas zukünftige Entwicklung – Menschenrechte**

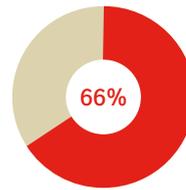


Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? (Menschenrechte)
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

stufen China im unteren Drittel ein. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Wirtschaftsentscheidern (56 Prozent: unteres Drittel, 34 Prozent: Letzter). Bei den Politikern sehen drei Viertel China im unteren Drittel, aber lediglich 15 Prozent bewerteten China an letzter Stelle. Auch was die künftige Entwicklung angeht, sind die meisten Befragten nur verhalten optimistisch. So glaubt nur etwa ein Viertel der Bevölkerung, dass sich China in dieser Hinsicht in den kommenden Jahren verbessern wird. 16 Prozent befürchten sogar eine Verschlechterung. Was den freien Zugang zum Internet angeht, hat die deutsche Bevölkerung kein klares Bild. Während knapp über 40 Prozent der Befragten davon ausgehen, dass es in China keinen freien Zugang zum Internet gibt, glaubt fast ein Viertel (24 Prozent), dass es keine Beschränkungen in der Internetnutzung gibt. Bei den Entscheidern und den Politikern ist das Bild hier jedoch klarer. Jeweils etwa 60 Prozent stimmen der Aussage zu, dass es keinen freien Zugang zum Internet gibt, weniger als 20 Prozent sind der gegenteiligen Meinung.

Von Deutschland ist in China ein ganz anderes Bild im Hinblick auf die Menschenrechte verankert: Deutschland wird beim Thema Achtung von Menschenrechten entweder als weltweit führend (18 Prozent) oder im oberen Drittel gesehen (48 Prozent). Darüber hinaus nehmen die Chinesen Deutschland als ein Land wahr, das sehr viel Wert auf die Einhaltung der Menschenrechte legt.

➤ **Abb. 59: Deutschland im internationalen Vergleich – Menschenrechte**



Chinesische Bevölkerung (CN)

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte
 (Skala: 1 Erster, 2 Im oberen Drittel, 3 Im Mittelfeld, 4 Im unteren Drittel, 5 Letzter)
 Frage: Wie sehen Sie die Position Deutschlands im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Menschenrechte)

➤ **Abb. 60: Deutschlands zukünftige Entwicklung – Menschenrechte**



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
 Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? (Menschenrechte)
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

➤ **Abb. 61: Einschätzungen zu Menschenrechten in Deutschland**



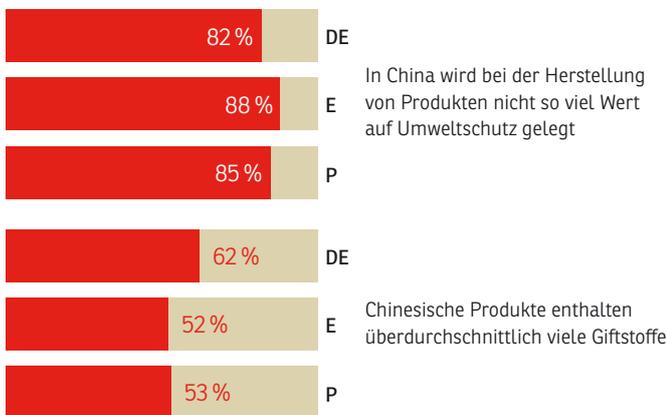
Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte
 (Skala: 1 stimme voll und ganz zu, 5 stimme überhaupt nicht zu)
 Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

1.3.4 Umwelt- und Klimaschutz

Im Bereich der CO₂-Emissionen hat China mittlerweile die USA überholt und steht für einen weltweiten Anteil von 26 Prozent (vgl. BP 2012). Dass ein 1,3-Milliarden-Volk bei dem aktuellen wirtschaftlichen Aufholvorgang entsprechende Emissionen erzeugt, ist nicht verwunderlich. Doch in diesem Ausmaß gewinnt dies neben der lokalen auch eine globale Bedeutung. Nahezu jede größere chinesische Stadt hat sich mit massiver Luftverschmutzung auseinanderzusetzen. Nach Angaben der Weltbank liegen 16 der am meisten verschmutzten Städte weltweit in China. Umweltunfälle und die damit einhergehende Verunreinigung von Flüssen, der Luft und des Grundwassers sind inzwischen an der Tagesordnung (vgl. Meyers Atlas China 2010). Vor allem Branchen wie die Papier-, Textil- und Metallindustrie sowie der Chemiesektor und die Stromerzeugung belasten die Umwelt mit Abwässern und Abgasen.

Diese Umweltprobleme sind aber nur eine Seite der Medaille. Denn die chinesische Regierung hat sich auch zum Ziel gesetzt, sich als ökologischer Global Player zu etablieren (Brand 2012). Von Elektromobilität bis zu erneuerbaren Energien sollen chinesische Konzerne zu Weltmarktführern für Umwelttechnologie aufgebaut werden. China ist aktuell bereits für die Hälfte aller weltweit neu geschaffenen Kapazitäten im Bereich erneuerbare Energien verantwortlich. Die Experten sind sich aktuell nicht einig, ob China auf Basis dieser Strategie die Wende beim Thema Umweltschutz und den Sprung zum führenden Player im Bereich Umwelttechnologie schafft. Aber die deutsche Bevölkerung sowie die Wirtschaftsentscheider und Politiker

► Abb. 62: Einschätzungen zu Umwelt- und Klimaschutz in China



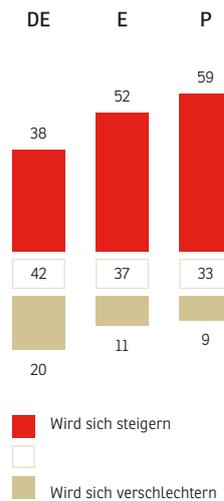
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

► Abb. 63: China im internationalen Vergleich – Klimaschutz



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, Top-2-Werte (Skala: 1 Erster, 2 Im oberen Drittel, 3 Im Mittelfeld, 4 Im unteren Drittel, 5 Letzter)
Frage: Wie sehen Sie die Position Chinas im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Klimaschutz)

► Abb. 64: Chinas zukünftige Entwicklung – Klimaschutz



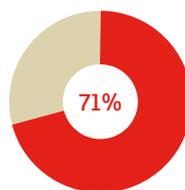
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? (Klimaschutz)
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

haben zumindest zum Status quo bereits eine klare Position: Die Deutschen sind derzeit noch davon überzeugt, dass China im Bereich Klimaschutz einen hinteren Platz im internationalen Ranking einnimmt. Rund 50 Prozent sehen China im unteren Drittel, ein weiteres Drittel sieht China sogar auf dem letzten Platz. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Entscheidern. Bei den Politikern sehen 70 Prozent China im unteren Drittel, 18 Prozent stufen China als Land mit dem schlechtesten Klimaschutz ein. Mehr als 80 Prozent der befragten Deutschen und Politiker stimmen auch der Aussage zu, China würde bei der industriellen Produktion nicht so viel Wert auf Umweltschutz legen. Bei den Entscheidern sind es sogar knapp 90 Prozent. Hinzu kommt, dass auch etwa 60 Prozent der Deutschen davon ausgehen, dass chinesische Produkte viele Giftstoffe enthalten. Entscheider und Politiker gehen hier von einem etwas niedrigeren Anteil in Höhe von ca. 50 Prozent aus. Interessant ist diese Tatsache vor allem vor dem Hintergrund, dass diese Einschätzung den Großteil deutscher Konsumenten offensichtlich nicht davon abhält, chinesische Produkte zu kaufen.

In Bezug auf die weiteren Aussichten ist die deutsche Bevölkerung verhalten optimistisch: Immerhin glauben fast 40 Prozent der Befragten, dass sich China im Hinblick auf das Thema Klimaschutz verbessern wird. Dem stehen jedoch immer noch 20 Prozent gegenüber, die eher mit einer Verschlechterung rechnen. Deutlich positiver beurteilen jedoch Wirtschaftsentscheider und Politiker die weiteren Aussichten. Über die Hälfte der Wirtschaftsentscheider bzw. fast 60 Prozent der Politiker rechnen mit einer Verbesserung Chinas in diesem wichtigen Themenfeld.

Beim Thema Umwelt- und Klimaschutz herrscht in China eine komplett andere Sichtweise auf die Situation in Deutschland: Deutschland wird zum einen im internationalen Vergleich als eine der führenden Nationen im Bereich Klimaschutz gesehen (von über 70 Prozent der Befragten), gleichzeitig sind die befragten Chinesen davon überzeugt, dass in Deutschland bei der Produktion viel Wert auf Umweltschutz gelegt wird (73 Prozent).

➤ **Abb. 65: Deutschland im internationalen Vergleich – Klimaschutz**



Chinesische Bevölkerung (CN)

Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Erster, 2 im oberen Drittel, 3 im Mittelfeld, 4 im unteren Drittel, 5 Letzter)
Frage: Wie sehen Sie die Position Deutschlands im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Klimaschutz)

➤ **Abb. 66 Deutschlands zukünftige Entwicklung – Klimaschutz**



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? (Klimaschutz)
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

➤ **Abb. 67: Einschätzungen zu Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland**



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319, Top-2-Werte (Skala: 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

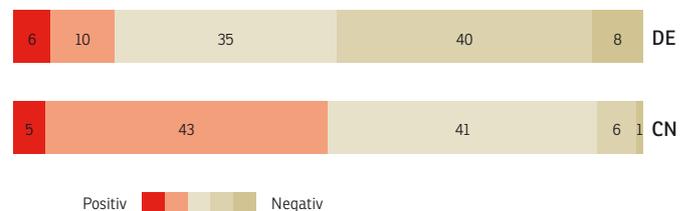
1.4 Wie wird China bzw. Deutschland in den Medien dargestellt?

Im Rahmen der vorhergehenden Kapitel wurde ausführlich dargestellt, welche Kenntnisse die Deutschen über China haben und wie sie China in Bezug auf verschiedene Themenstellungen wahrnehmen. Sowohl die Kenntnisse als auch die Wahrnehmungen basieren nicht nur auf eigenen Erfahrungen, die die Befragten mit China, Chinesen oder chinesischen Produkten und Unternehmen gemacht haben, sondern werden maßgeblich von der medialen Berichterstattung über das Land geprägt. Das Gleiche gilt selbstverständlich auch für das Deutschlandbild, das die Wahrnehmungen der chinesischen Befragten prägt. Um den Einfluss der Berichterstattung auf die Informiertheit der Bevölkerung, aber vor allem auch auf ihre Wahrnehmung des jeweils anderen Landes zu untersuchen, wurde im Rahmen dieser Publikation einerseits die Wahrnehmung der Tonalität der medialen Berichterstattung durch die Befragten untersucht und andererseits in ausgewählten Zeitungen bzw. Zeitschriften die tatsächliche Tonalität von Artikeln zu China (bzw. zu Deutschland) über einen gewissen Zeitraum im Rahmen einer Medienanalyse ermittelt.

In Deutschland ist aus Sicht der Befragten die Berichterstattung zu China eher negativ geprägt: Nur 16 Prozent geben an, die Berichte in den Medien seien (eher) positiv, 35 Prozent der Deutschen sehen diese als neutral an, knapp die Hälfte empfindet die Chinaberichte als (eher) negativ. Diese subjektive Wahrnehmung liegt nahe an der Auswertung der Medienanalyse: 22 Prozent der Artikel sind dabei als positiv einzustufen, 36 Prozent sind neutral formuliert, die restlichen 42 Prozent haben (eher) eine negative Tonalität. Die Ergebnisse zeigen, dass die subjektive Wahrnehmung der Befragten im Vergleich sogar etwas negativer ist als die Berichterstattung selbst.

In China greifen die Medien das Thema Deutschland dagegen eher positiv auf. Immerhin geben 48 Prozent der befragten Chinesen an, dass Berichte mit bzw. über Deutschland (eher) positiv formuliert sind, weitere 41 Prozent empfinden die Berichterstattung als neutral. Die Betrachtung der Medienanalyse bestätigt auch hier die zutreffende Einschätzung der Befragten: Jeder zweite Artikel ist positiv formuliert, 36 Prozent sind in der Tonalität neutral, lediglich 14 Prozent können als negativ eingestuft werden.

► **Abb. 68: Einschätzung der Darstellung Chinas und Deutschlands**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
Frage: Wie wird China/Deutschland in der Öffentlichkeit aus Ihrer Sicht dargestellt?
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

Analyse der Berichterstattung zeigt deutliche Unterschiede

Für die Analyse der Berichterstattung wurden Printmedien aus beiden Ländern ausgewählt und alle Artikel untersucht, die im Zeitraum vom 1. August bis 30. September 2012 einen Bezug zu China bzw. Deutschland hergestellt haben. Bei der Auswahl der Medientitel wurde sichergestellt, dass hier eine ausreichend große Bandbreite abgedeckt ist. Dabei wurden in beiden Ländern sowohl Boulevard- als auch Qualitätszeitschriften untersucht sowie Medien mit täglicher und wöchentlicher Auflage. In China war es daneben entscheidend, eine ausgewogene Mischung aus konservativen und liberalen Medien aus Nord- und Südchina abzubilden. Außerdem wurden in China aufgrund der geringen Berichterstattung über Deutschland mehr Medien in die Analyse mit einbezogen.

Betrachtete Medientitel in Deutschland:

- Bild
- Der Spiegel
- Die Welt
- Financial Times Deutschland (FTD)
- Handelsblatt
- Süddeutsche Zeitung

Medientitel in China:

- Beijing Evening News
- Beijing Youth Daily
- CAIJING
- China Daily
- Economic Observer
- Global Times
- Nanfang Daily
- Oriental Morning Post
- People's Daily
- Shanghai Daily
- Wenhui Daily
- Yangcheng Evening News
- Yinhua Daily Telegraph
- 21st Century Business Herald

Im Untersuchungszeitraum wurden in deutschen Medien insgesamt 617 Artikel zu China veröffentlicht, 367 der Artikel behandelten dabei das Thema Olympia. Nicht verwunderlich, wenn man bedenkt, dass China auch in London zu den Topnationen im Medaillenspiegel zählte. Um die inhaltliche Analyse dadurch nicht zu verzerren, wurde das Thema China im Zusammenhang mit den Olympischen Spielen für die weitere Analyse ausgeschlossen. Für China gilt diese Einschränkung entsprechend.

Somit wurden der Medienanalyse in Deutschland letztlich 250 Artikel zugrunde gelegt, in China insgesamt 56 Artikel.

Für die Analyse wurden die Themen der einzelnen Artikel in Schlagworte gefasst – dabei konnte ein Artikel auch mehrere Schlagworte enthalten. Zudem wurde durch Experten von TNS Business Intelligence eine Analyse der Artikel hinsichtlich der Tonalität vorgenommen.

Inhaltlich breite Berichterstattung in Deutschland

China wurde von den ausgewählten Medientiteln bei verschiedenen Themenbereichen aufgegriffen. Dazu ein kurzer Überblick:

- **Wirtschaftswachstum/-macht** 130 Artikel
- **Menschenrechte** 46 Artikel
- **Militärmacht** 28 Artikel
- **Eurokrise** 12 Artikel
- **Arbeitsbedingungen** 10 Artikel
- **Produktionsstandort** 6 Artikel
- **Ausbildung/Leistungsorientierung** 4 Artikel
- **Umweltschutz** 3 Artikel
- **Sonstige** 11 Artikel

Durch die inhaltliche Analyse der Artikel wird deutlich, dass China in der deutschen Presse insbesondere bei wirtschaftlichen und politischen Themen präsent ist. Auch wenn dieses Ergebnis in gewissem Maße der Auswahl der Medientitel geschuldet ist, ist dieses Resultat auf die große Verflechtung der beiden Länder vor allem in wirtschaftlichen Belangen zurückzuführen und entspricht auch den Ergebnissen der Kapitel 1.2 und 1.3 zur Wahrnehmung der Bevölkerung.

Wie bereits weiter oben gezeigt, ist die Tonalität der Berichterstattung zu China in deutschen Medien überwiegend neutral bis negativ. Die Tonalität in Bezug auf die einzelnen wirtschaftlichen Themen ist bei genauer Betrachtung allerdings nicht gleich verteilt. Um hier einen Einblick zu geben, werden nachfolgend Themenblöcke und deren Tonalität näher dargelegt.

China und die Eurokrise

Die Eurokrise ist aktuell eines der Topthemen, das ganz Europa bewegt. Insgesamt wird die Eurokrise in Verbindung mit China in der deutschen Berichterstattung zwar nicht so oft aufgegriffen (zwölf Artikel), doch die Rolle Chinas wird dabei tendenziell positiv beurteilt.

Bei genauer Betrachtung sieht die Tonalität der Berichte zur Thematik wie folgt aus: sechs Artikel sind positiv formuliert, vier Berichte neutral, lediglich zwei Artikel negativ. Ein Grund für diese positive Berichterstattung ist, dass China in der Eurokrise häufig die Rolle eines etwaigen Retters zugesprochen wird, was auch entsprechende Schlagzeilen zeigen:

» China hilf! «

Süddeutsche Zeitung am 31.08.2012

» China pumpt Milliarden in Bankensektor «

FTD am 24.08.2012

Wirtschaftsmacht China

Der größte Teil der deutschen Berichterstattung greift China als Wirtschaftsmacht in unterschiedlichen Facetten auf. Dieser Themenkomplex wird in 95 der untersuchten 250 Artikel zu China aufgegriffen.

Vergleicht man die Ergebnisse der Berichterstattung über China mit den subjektiven Einschätzungen der deutschen Befragten, so werden diese bei diesem Thema sehr deutlich widerspiegelt: Lediglich 19 Prozent der Artikel berichten positiv über Chinas wirtschaftliche Vormachtstellung, jeder zweite untersuchte Artikel greift das Thema neutral auf, weitere 36 Prozent der Artikel sind kritisch und haben damit eine negative Tonalität.

Negative Berichte:

» Auf Chinas Kaufrusch folgt ein Kassensturz «

Handelsblatt am 27.08.2012

» China führt einen Wirtschaftskrieg «

Handelsblatt am 18.09.2012

» EU-Staaten fürchten Handelskrieg «

FTD am 12.09.2012

Ein Schwerpunkt bei der negativen Berichterstattung ist die Solarindustrie. Aufgrund der Einleitung eines Anti-Dumping-Verfahrens durch die EU gegen chinesische Unternehmen wurde das Thema häufig in den Medien aufgegriffen. Von den zwölf Artikeln, die sich mit dem Thema China und Solarbranche befassen, waren neun negativ, die restlichen drei neutral.

Diese Darstellung ist nicht weiter verwunderlich, da gerade auch in Deutschland Solarunternehmen seit Monaten durch Insolvenzen, Werksschließungen und Arbeitsplatzabbau im medialen Fokus stehen.

» Merkel fällt Solarbranche in den Rücken «

FTD am 31.08.2012

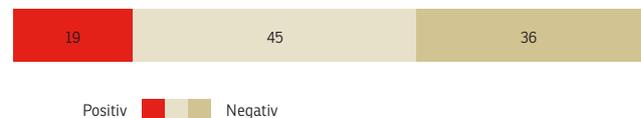
» Das Wehklagen der Solarfirmen wird gehört «

Handelsblatt am 07.09.2012

» Solarfirmen erhöhen Druck auf China «

Handelsblatt am 26.09.2012

► Abb. 69: China als Wirtschaftsmacht: Analyse der Berichterstattung zeigt deutliche Unterschiede



Basis: 95 Artikel

Inselstreit mit Japan

Der Inselstreit mit Japan wurde im Betrachtungszeitraum ebenfalls häufig aufgegriffen. Hintergrund ist eine von beiden Ländern beanspruchte Inselgruppe im Ostchinesischen Meer, die in China Diaoyu und in Japan Senkaku genannt wird. Die Berichterstattung hatte hier eine überwiegend negative Tonalität: Von 17 Artikeln waren elf negativ (65 Prozent), sechs neutral (35 Prozent). In den deutschen Medien wurden dabei vor allem die Haltung Chinas im Inselstreit und die Proteste gegen Japan ausführlich erläutert. Aber auch die möglichen wirtschaftlichen Auswirkungen dieser Krise wurden aufgegriffen und kommentiert.

» Inselstreit erfasst die asiatischen Börsen «

Die Welt am 19.09.2012

» China droht mit Wirtschaftskrieg «

Die Welt am 18.09.2012

» Chinesen protestieren gegen Japan «

Handelsblatt am 19.09.2012

Ansonsten wurde China im beschriebenen Zeitraum kaum im Zusammenhang mit Konflikten oder als Militärmacht diskutiert. Von den 28 Artikeln, die China mit dem Thema Militär in Verbindung bringen, waren 7 Prozent in der Tonalität positiv, 32 Prozent neutral und über 60 Prozent negativ formuliert. Inwiefern dieses akute Bild in der Presse tatsächlich mit der Wahrnehmung Chinas als Militärmacht übereinstimmt, wurde bereits in Kapitel 1.3 dargelegt.

Chinesische Berichterstattung stark fokussiert

Im Vergleich zur deutschen Berichterstattung wurde in China im Betrachtungszeitraum ein eher geringes Spektrum an Themen über Deutschland aufgegriffen.

- **Wirtschaft** 30 Artikel (u. a. Eurokrise, Partnerschaft mit Peking, EADS/BAE-Fusion)
- **Kulturelle Veranstaltungen** 12 Artikel (u. a. Oktoberfest, Veranstaltungen in Köln zum Jubiläum der Städtepartnerschaft)
- **Politik** 11 Artikel (u. a. der Pekingbesuch der Bundesregierung, Gespräche zur Eurokrise)
- **Sport** 3 Artikel (u. a. deutscher Fußball und Tischtennis)

Ein Thema, das in der Beijing Youth Daily besonders ausführlich aufgegriffen wird, ist die Städtepartnerschaft zwischen Köln und Peking (14 Artikel). Grund ist das 25-jährige Bestehen dieser Partnerschaft. Dabei werden die Leser vor allem auch über die Stadt Köln informiert:

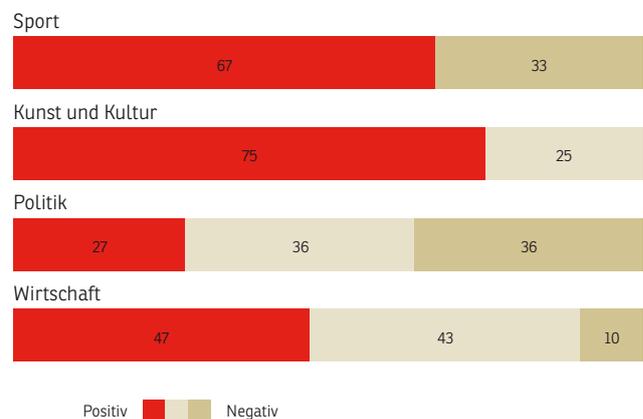
- Nearly 3,500 Chinese enterprises attend the Cologne Exhibition
- About one third of TV programs in Germany "made in Cologne"
- Cologne Cathedral displays local characteristics
- About 200 Chinese enterprises settle in Cologne
- How has Cologne promoted personnel exchange between China, Germany

Daneben wurden insbesondere wirtschaftliche Themen in den Medien aufgegriffen. Hier steht das Thema Eurokrise sowie deren Auswirkungen auf Europa und die Weltwirtschaft im Mittelpunkt. Neben allgemeinen Informationen zum aktuellen Stand der Krise und den ergriffenen Maßnahmen wurden auch konkrete Auswirkungen der Eurokrise auf den deutschen Immobilienmarkt behandelt.

Grundsätzlich erfolgt die Berichterstattung zur Eurokrise weitgehend neutral. Von neun Artikeln sind fünf neutral, zwei berichten positiv über die Eurokrise und Deutschland, zwei Berichte sind von der Tonalität negativ besetzt.

Ein weiteres aufgegriffenes Thema ist die damals angestrebte Fusion zwischen BAE Systems und EADS. Hier wurde immerhin in drei Artikeln allgemein zum Merger und vor allem auch zu dessen Auswirkungen auf den Rüstungsmarkt berichtet.

Abb. 70: Tonalität der chinesischen Berichterstattung



Basis: 56 Artikel
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe / weiß nicht

1.5 Reputation Chinas und Deutschlands

Untersuchungen verschiedener Marktforschungsinstitute zeigen, dass es einen direkten Zusammenhang zwischen der Reputation eines Landes sowie ausländischen Direktinvestitionen und Einnahmen durch den Tourismus gibt. Die Landesreputation strahlt darüber hinaus auf die Wahrnehmung und Einschätzung von Unternehmen, Produkten und Personen des Landes ab (sogenannter Transfereffekt). Konkret bedeutet das: Je höher die Reputation eines Landes ist, desto eher wollen Touristen dort Urlaub machen, Konsumenten Produkte und Dienstleistungen aus diesem Land kaufen, Personen vor Ort arbeiten oder auch ausländische Unternehmen in das Land investieren. Zudem wird das Land auch bei politischen Beziehungen zu anderen Staaten als positiver Akteur wahrgenommen.

Während bei Unternehmen die Messung und das Management der Reputation bereits eine gängige Disziplin ist, steckt das Thema Reputationsmanagement bei der Mehrzahl von Staaten noch in den Anfängen. Doch sieht man zuletzt verstärkt Anstrengungen in diesem Bereich, denn der Mehrwert ist offensichtlich: So ermittelte das Reputation Institute 2011 im Rahmen einer weltweiten Studie in 50 Ländern, dass eine Steigerung der Reputation um 10 Prozent die Einnahmen des Tourismussektors um 11 Prozent und die ausländischen Direktinvestitionen um 2 Prozent erhöht (vgl. Reputation Institute 2011). Auf der anderen Seite kann eine schlechte Reputation ein Land z. B. von ausländischen Kreditgebern nahezu ausschließen. Doch was steckt eigentlich hinter einem guten Ruf auf Landesebene?

Die Reputation eines Staates kann als emotionale und rationale Wahrnehmung und Bewertung definiert werden. Diese Bewertung nehmen die verschiedenen Gruppen (allgemeine Bevölkerung, Wirtschaftsentscheider, Politiker oder auch Journalisten) gegenüber den wirtschaftlichen, politischen, sozialen und

kulturellen Aktivitäten und Leistungen eines Landes bzw. indirekt seinen Institutionen und Unternehmen vor (in Anlehnung an James Norman, Shandwick International, in: Total Communication Measurement 1999). Wichtig zu wissen ist, dass diese Wahrnehmung und Bewertung nicht nur auf einer aktuellen Momentaufnahme fußt, sondern Ergebnis eines längerfristigen Beobachtungshorizonts der bewertenden Personen oder Gruppen ist, obgleich temporäre, akute Themen (wie z. B. eine Staatsaffäre oder ein großes Sportereignis) sehr wohl einen starken negativen oder positiven Einfluss auf die Reputation haben können. Letztlich ist die Reputation eines Landes somit Ausdruck einer Vielzahl von Bildern bzw. Assoziationen, die eine Gruppe an Personen von diesem Land hat, wobei diese Bilder vor allem durch drei Aspekte beeinflusst werden:

- Kenntnis und eigene Erfahrungen (mit dem Land, den Leuten, der Kultur, Produkten aus dem Land etc.)
- Öffentlicher Diskurs (durch Medien, Politiker, Word of Mouth)
- Kommunikation und Verhalten der Regierung bzw. von Landesvertretern (PR/Marketingmaßnahmen, Transparenz, Auftreten, Geschäftsgebaren etc.)

Vor diesem Hintergrund werden somit an dieser Stelle die in den Kapiteln 1.1 bis 1.4 diskutierten Aspekte zu Erfahrungen, Kenntnissen und Wahrnehmungen eines Landes über den methodischen Ansatz der Reputationsforschung verdichtet aufgegriffen und für China (aus Sicht der Gruppen allgemeine Bevölkerung, Wirtschaftsentscheider und Politiker in Deutschland) und Deutschland (aus Sicht der chinesischen Bevölkerung) dargestellt. Ziel ist es, die sich entsprechend ergebenden Reputationswerte nicht nur einmalig mit dieser Publikation vorzulegen, sondern über die nächsten Jahre in ihrer Entwicklung zu verfolgen.

Der Reputationsindex – eine Maßzahl für den Grad des guten Rufes

Mit einem Reputationsindex wird der Grad der Reputation in einer einzigen Zahl dargestellt. Der Vorteil einer solchen Zahl liegt hauptsächlich in der leichten Verständlichkeit sowie der sachlichen Vergleichbarkeit über einen längeren Zeitraum und zwischen verschiedenen Personengruppen. TNS Infratest hat für die Zwecke der Reputationsmessung einen Index entworfen, der sich aus fünf Dimensionen zusammensetzt, die eine allgemeine und je zwei emotionale und rationale Komponenten der Reputation abdecken:

Allgemeine Beurteilung

- Guter Ruf

Emotionale Komponenten

- Sympathie
- Vertrauenswürdigkeit

Rationale Komponenten

- Innovationskraft
- Einfluss in der Welt

Der Index misst unverzerrt die Wahrnehmung (in unserem Fall die Wahrnehmung der Bevölkerung sowie von Entscheidern und Politikern) in einheitlicher und damit direkt vergleichbarer Weise und ist Ausdruck für die Gesamtbewertung des Landes.

Durch eine validierte Berechnung aus diesen fünf Komponenten ergibt sich die Maßzahl, die zwischen 0 und 100 liegen kann, typischerweise liegt sie jedoch in einer Spannweite zwischen 40 und 80. Durch diesen Index wird die Höhe der Reputation angegeben.

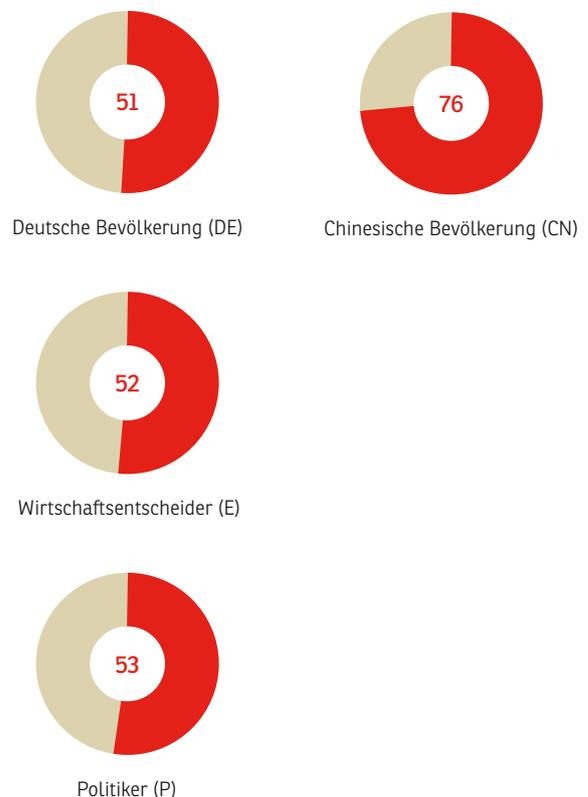
Werte unter 50 zeigen eine relativ schlechte Reputation, eine mittlere Bewertung liegt im Bereich zwischen 50 und 70, darüber hinaus kann die Reputation als sehr hoch bis exzellent bezeichnet werden.

Die Ergebnisse der vorliegenden Befragung zeigen, dass Deutschland in China eine sehr hohe Reputation besitzt (Indexwert: 76). Dieser Wert wird durch eine sehr positive, gleichmäßige Bewertung der einzelnen Dimensionen gestützt, wie nachfolgend aufgezeigt wird. Ein etwas anderes Bild zeigt sich beim Reputationsindex für China: Mit einem Index zwischen 51 und 53 ist die Reputation Chinas in Deutschland auf eher mäßigem Niveau, jedoch sehr ähnlich für alle drei betrachteten Personengruppen der Studie. In der Bevölkerung und der Gruppe der Wirtschaftsentscheider ist der Indexwert bei den Personen deutlich höher, die im Rahmen der Befragung angegeben haben, dass sie China

gut bzw. sehr gut kennen. Auch in der chinesischen Bevölkerung führt eine bessere Kenntnis Deutschlands zu einer besseren Bewertung als beim Rest der Bevölkerung, und das noch dazu auf einem deutlich höheren Niveau.

Die im Rahmen dieser Studie abgegebene Einschätzung der beiden Länder wird auch durch andere, breiter angelegte Studien zum Thema Reputation gestützt. So ist bei einem internationalen Vergleich von 50 Ländern Deutschland im oberen Wertebereich zu finden, während China auf deutlich niedrigerem Niveau gesehen wird (vgl. Reputation Institute 2012).

► Abb. 71: Reputationsindex im Vergleich



Basis: Bevölkerung Deutschland über China (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider Deutschland über China (E) n=170, Politiker Deutschland über China (P) n=80, Bevölkerung China über Deutschland (CN) n=1.319

► Abb. 72: Länderrankings im internationalen Vergleich

Land	Rang	Index
Kanada	1	78
Australien	2	75
Schweden	3	75
Schweiz	4	75
Norwegen	5	74
...		
Deutschland	11	66
...		
Ukraine	42	42
China	43	40
Kolumbien	44	38
...		
Pakistan	48	27
Iran	49	21
Irak	50	20

Quelle: Reputation Institute 2012

Dimensionen der Reputation – emotionale vs. rationale Komponenten

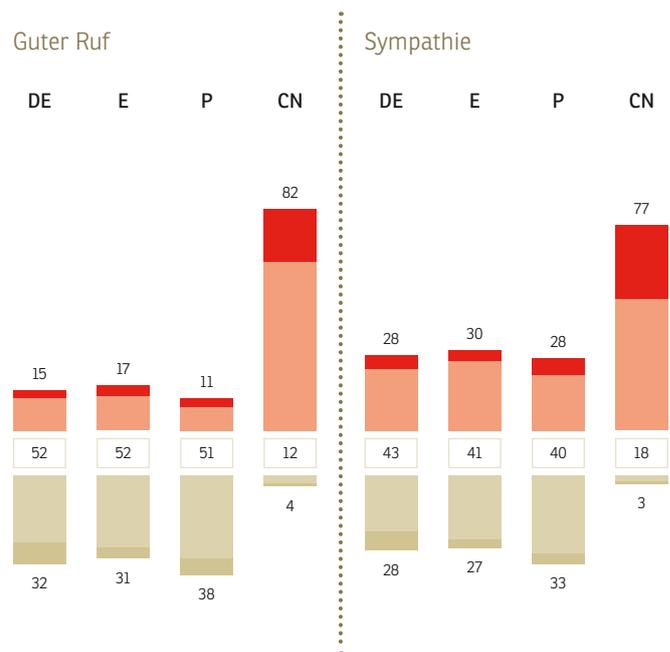
Wie bereits erwähnt, setzt sich der Reputationsindex als Maßzahl aus fünf Dimensionen zusammen. Die Beurteilung Chinas fällt im Hinblick auf diese Dimensionen sehr unterschiedlich aus: Die befragten Deutschen sind sich einig, dass China einen bedeutenden Einfluss in der Welt hat. 86 Prozent der Bevölkerung stimmen dem (voll und ganz) zu. Die Einschätzung der Wirtschaftsentscheider und Politiker fällt mit 96 bzw. 95 Prozent Zustimmung sogar noch höher aus. Die Politiker bewerten China zudem im Hinblick auf die Innovationskraft ausgesprochen positiv. Drei Viertel der Befragten aus dieser Personengruppe stimmen der Aussage zu, China sei innovativ. In der allgemeinen Bevölkerung und bei den Wirtschaftsentscheidern gibt dies immerhin rund die Hälfte der Befragten an. Auf der anderen Seite findet dagegen in allen drei Gruppen weniger als jeder Zwanzigste, dass China überhaupt nicht innovativ ist. Somit erhält China sehr hohe Zustimmungswerte auf beiden Dimensionen der rationalen Beurteilung.

Auf der anderen Seite ist die Beurteilung Chinas in den Dimensionen „Guter Ruf“, „Sympathie“ und „Vertrauenswürdigkeit“, folglich den neutralen und emotionalen Dimensionen, deutlich weniger positiv. Beim Thema „Guter Ruf“ ist auffällig,

dass mehr als die Hälfte der Befragten unentschlossen ist und China in Bezug auf diese Eigenschaft somit weder positiv noch negativ einstuft. Dies ist nicht verwunderlich, da es sich hier um die allgemeinste Komponente des Reputationsindex handelt und die Befragten bei dieser Frage sehr viele verschiedene Assoziationen abwägen, die sie mit China verbinden (vgl. Kapitel 1.2). Die übrigen Befragten stufen China hinsichtlich seines Ansehens eher negativ (etwa jeder Dritte) als positiv (ca. 15 Prozent der Befragten) ein.

Nur etwas mehr als ein Viertel der deutschen Bevölkerung findet China sympathisch. Gleichzeitig gibt etwa der gleiche Anteil genau das Gegenteil an, bei den Politikern sogar ein Drittel der Befragten. Und auch in dieser Bewertungsdimension ist die Gruppe der Indifferenten mit jeweils ca. 40 Prozent sehr groß. Die Eigenschaft, die die Mehrheit der Deutschen aktuell nicht positiv mit China verbindet, ist das Thema Vertrauenswürdigkeit. So gibt mehr als die Hälfte der Befragten (bei den Politikern knapp die Hälfte) an, dass diese Eigenschaft aus ihrer Sicht nicht auf China zutrifft. Und nur etwa 3 Prozent in der Bevölkerung und 2 Prozent bei den Entscheidern finden, dass China voll und ganz vertrauenswürdig ist. Bei den Politikern ist in dieser Gruppe kein

► Abb. 73: Dimensionen der Reputation



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319

Frage: Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen zu China/Deutschland vor. Bitte geben Sie aus Ihrer beruflichen Perspektive an, wie gut diese zu China/Deutschland passen. Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

Einziger dabei. Aber immerhin finden dort 13 Prozent China in zumindest großen Teilen vertrauenswürdig. Analysen, die TNS in anderen Studien durchgeführt hat, zeigen: Wesentliche Treiber für die Stärkung der Vertrauenswürdigkeit eines Landes sind unter anderem: Erhöhung der Transparenz in allen Bereichen, Verbesserung der Zuverlässigkeit in bilateralen Beziehungen und Schaffung guter Voraussetzungen für geschäftliche Aktivitäten.

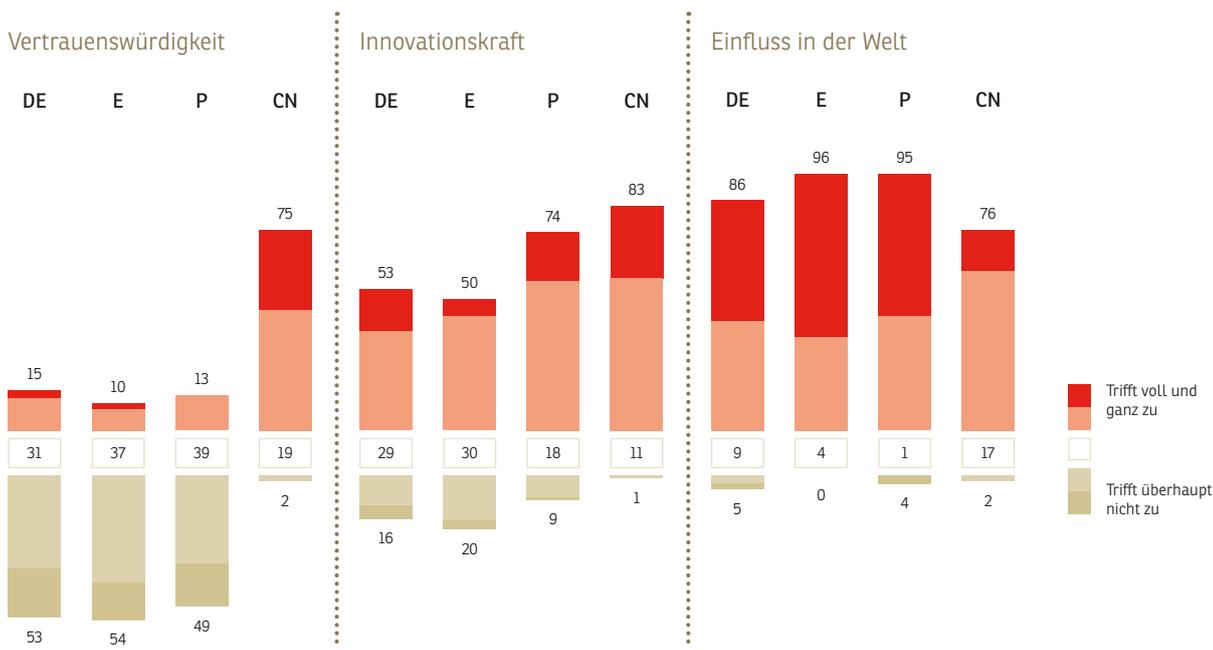
Insgesamt wird China aus Sicht der Deutschen somit wie folgt charakterisiert: China ist ein Land mit hoher Innovationskraft und bedeutsamem Einfluss in der Welt. Gleichzeitig ist man dem Land gegenüber recht kritisch eingestellt, da China in bestimmten Bereichen keinen guten Ruf hat und nur bedingt als vertrauenswürdig beurteilt wird. Ob sie das Land nun sympathisch finden sollen oder nicht, wissen viele Deutsche noch nicht so richtig für sich selbst einzuordnen.

Wenn man nun die Perspektive wechselt und sich die Reputation Deutschlands in China betrachtet, ergibt sich ein ganz anderes Bild. So wird Deutschland in allen fünf Dimensionen ausnahmslos positiv eingeschätzt und in vier der fünf Dimensionen auch deutlich besser als China von den Deutschen. Lediglich beim Thema „Einfluss in der Welt“ ist die Bewertung Deutsch-

lands durch die Chinesen niedriger als umgekehrt. „Nur“ drei von vier Chinesen sehen Deutschland hier als bedeutsam bzw. sehr bedeutsam an. Das ist auch nachvollziehbar, ist Deutschland doch die kleinere Volkswirtschaft, das eindeutig kleinere Land und beispielsweise auch ohne ständigen Sitz im UN-Sicherheitsrat. Zusammengefasst lässt sich feststellen, dass Deutschland in den Augen der Chinesen ein sehr innovatives Land ist. Mehr als 80 Prozent der Befragten sehen das so. Gleichzeitig wird Deutschland ganz generell ein sehr guter Ruf zugesprochen. Auch die Themen „Sympathie“ und „Vertrauenswürdigkeit“ haben mit 77 bzw. 75 Prozent sehr hohe Zustimmungswerte. Hier beeindruckt vor allem der hohe Anteil an Personen, die Deutschland diese Eigenschaften voll und ganz zusprechen (28 bzw. 30 Prozent).

Grundsätzlich muss an dieser Stelle noch angemerkt werden, dass man aus Erfahrungswerten weiß, dass die Beurteilung der Reputation von Ländern oder auch Unternehmen durch die chinesische Bevölkerung tendenziell positiver ausfällt als die Bewertung durch Deutsche, die in vielen Fragen generell kritischer eingestellt sind. Nichtsdestotrotz lässt sich für dieses Kapitel festhalten, dass die Reputation Deutschlands in China wesentlich höher und ausgeglichener über rationale und emotionale Komponenten ist als die Reputation Chinas in Deutschland.

► Abb. 73: Dimensionen der Reputation



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80, chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
 Frage: Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen zu China/Deutschland vor. Bitte geben Sie aus Ihrer beruflichen Perspektive an, wie gut diese zu China/Deutschland passen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

2. Wirtschaft und Innovation in China – Wahrnehmung vs. Realität

Wie bereits im vorangegangenen Teil 1 deutlich wurde, ist China den Deutschen insbesondere im Zusammenhang mit dem **Thema Wirtschaft** sehr präsent. Gleichzeitig wird der chinesischen Wirtschaft von einem Großteil der Befragten ein **starker Einfluss** auf Deutschland beigemessen. China wird hier jedoch **sehr ambivalent** wahrgenommen. Denn die Deutschen assoziieren mit China im Bereich Wirtschaft sowohl **positive als auch negative Aspekte**. Vor dem Hintergrund dieser hohen Relevanz und der gleichzeitigen Ambivalenz in der Wahrnehmung wird das Thema Wirtschaft im zweiten Teil dieser Publikation ausführlicher aufgegriffen und im Detail diskutiert. Dazu werden die Themen „Wirtschaftsmacht China – Bedrohung oder Bereicherung?“ und „China zwischen Werkbank und Innovationsführer“ in zwei dedizierten Kapiteln eingehend analysiert.

In Kapitel 2.1 wird untersucht, welche Aspekte die Deutschen mit der Einschätzung Chinas als **Wirtschaftsmacht** verbinden und ob diese eher als **Bedrohung oder als Bereicherung** für Deutschland wahrgenommen werden. In Kapitel 2.2 wird der Frage nachgegangen, welches der beiden Bilder, **China als verlängerte Werkbank oder China als Innovationsführer**, die Wahrnehmung Chinas in Deutschland dominiert und was genau die Deutschen mit dem jeweiligen Bild verbinden. In beiden Kapiteln werden die jeweiligen Themenkomplexe nicht nur auf **Grundlage der Befragungsergebnisse** beleuchtet, sondern basierend auf **aktuellen Zahlen und Fakten** der jeweils tatsächlichen Situation gegenübergestellt.

2.1 Wirtschaftsmacht China – Bedrohung oder Bereicherung?

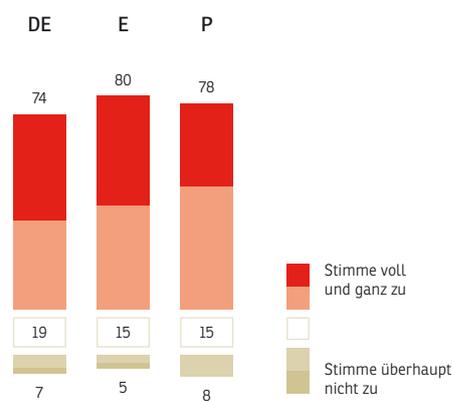
In Teil 1 wurde es bereits deutlich: China wird von den Deutschen im internationalen Vergleich vor allem als Wirtschaftsmacht gesehen. 88 Prozent der deutschen Bevölkerung schätzen, dass China im weltweiten Ranking der Wirtschaftsmächte an erster Stelle liegt oder sich mindestens im oberen Drittel befindet. Bei den befragten Wirtschaftsentscheidern und Politikern manifestiert sich diese Wahrnehmung mit 94 bzw. 96 Prozent sogar noch stärker. Jeder fünfte Befragte dieser beiden Gruppen verortet China in diesem Kontext weltweit sogar auf dem ersten Platz.

Im vorliegenden Kapitel soll nun untersucht werden, welche Aspekte die Deutschen mit der Einschätzung Chinas als Wirtschaftsmacht verbinden und ob diese eher als Bedrohung oder als Bereicherung für Deutschland wahrgenommen werden. Korrespondierend dazu soll anhand von offiziellen Zahlen und Statistiken aufgezeigt werden, wie sich Chinas tatsächliche Situation und Position im Hinblick auf diese Aspekte darstellt.

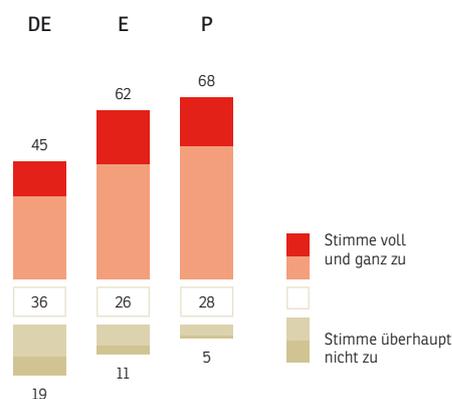
Die Ergebnisse der Befragung zeigen insgesamt, dass die Wirtschaftsmacht China von den Deutschen tendenziell stärker als Bedrohung denn als Bereicherung für das eigene Land wahrgenommen wird: So stimmen fast drei Viertel der Bevölkerung in Deutschland der Aussage zu: „Viele Deutsche befürchten, dass China zu mächtig wird. Bei den Wirtschaftsentscheidern sind es sogar 80 Prozent, bei den Politikern 78 Prozent.

Demgegenüber bewerten 45 Prozent der deutschen Bevölkerung China als eine Bereicherung für die deutsche Wirtschaft. Mit 62 bzw. 68 Prozent sehen Wirtschaftsentscheider und Politiker den Nutzen für Deutschland durch Chinas wirtschaftliche Rolle als noch höher an. Diese Werte erhöhen sich nochmals, wenn die befragten Personen China gut kennen. Je enger der konkrete Bezug der Befragten zu China, desto stärker sehen sie auch die Chancen, die China für Deutschland bietet. Diese Ergebnisse

► Abb. 74: Viele Deutsche befürchten, dass China zu mächtig wird



► Abb. 75: China stellt eine Bereicherung für Deutschlands Wirtschaft dar



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen/Unternehmer/Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

zeigen bereits das ambivalente Bild der Deutschen von China, das sowohl bereichernde als auch bedrohende Aspekte beinhaltet. Weiterhin zeigt sich für alle befragten Gruppen, dass sich keine deutliche Grenze zwischen denjenigen ziehen lässt, die eine Chance in Chinas wirtschaftlicher Entwicklung sehen, und denjenigen, die darin eine Bedrohung erkennen. Insbesondere bei den Wirtschaftsentscheidern trifft dies zu – 49 Prozent dieser Gruppe und 54 Prozent der Politiker gaben an, China gleichzeitig als Bedrohung und als Bereicherung zu sehen, und unterstreichen damit diese hohe Ambivalenz. Innerhalb der Bevölkerung tendiert das Meinungsbild mehrheitlich in Richtung einer Bedrohung – 40 Prozent sehen sich bedroht und nur 34 Prozent sind in diesem Punkt ambivalent.

➤ **Abb. 76: China wird gleichzeitig als Bereicherung und als Bedrohung gesehen**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Berechnung basiert auf Einstellungen „Viele Deutsche befürchten, dass China zu mächtig wird“ und „China stellt eine Bereicherung für Deutschlands Wirtschaft dar“, Top-2-Wert (Skala 1 Stimme voll und ganz zu, 5 Stimme überhaupt nicht zu)

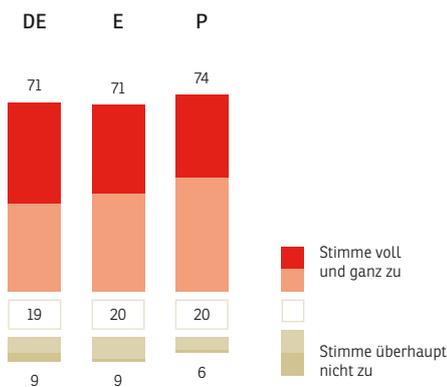
2.1.1 Chinesische Wirtschaft als Bedrohung

Zunächst wird anhand von Befragungsergebnissen sowie externen Daten näher untersucht, aus welchen Gründen die Deutschen die chinesische Wirtschaft als Bedrohung wahrnehmen. Auf diese Weise soll ein besseres Verständnis für die Wahrnehmung der chinesischen Wirtschaft als Bedrohung und deren mögliche Ursachen gewonnen werden.

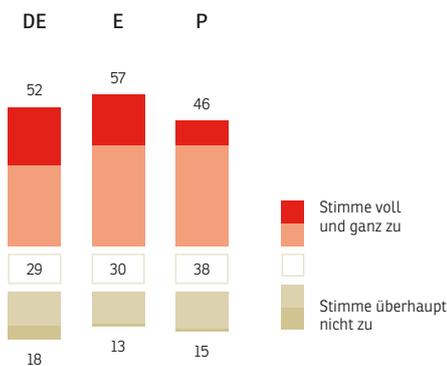
Preisstrategie chinesischer Unternehmen als Bedrohung

Aus den Befragungsergebnissen wird deutlich, dass die Gefährdung deutscher Unternehmen – und damit verbunden der dahinterstehenden Arbeitsplätze – einen zentralen Aspekt darstellt bei der Wahrnehmung Chinas als Bedrohung: 71 Prozent der deutschen Bevölkerung und der Wirtschaftsentscheider stimmen der Aussage zu: „Die chinesische Preispolitik stellt eine Gefahr für deutsche Unternehmen dar“. Bei den Politikern sind es sogar 74 Prozent. Nur knapp jeder zehnte Deutsche stimmt dieser Aussage nicht zu. Die Gefahr, dass chinesische Produkte einheimische Produkte vom Markt verdrängen ist ein weiterer zentraler Aspekt, der aber von etwas weniger Befragten als problematisch gesehen wird: Insgesamt teilt gut die Hälfte der Bevölkerung diese Befürchtung und sogar 57 Prozent der Wirtschaftsentscheider. Bei den Politikern sind es mit 46 Prozent etwas weniger.

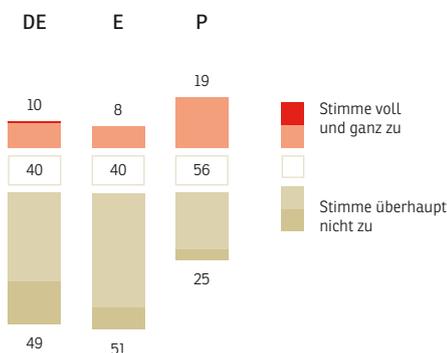
➤ **Abb. 77: Die chinesische Preispolitik stellt eine Gefahr für deutsche Unternehmen dar**



➤ **Abb. 78: Einheimische Produkte werden durch chinesische Produkte vom Markt verdrängt**



➤ **Abb. 79: Chinesische Produkte sind von hoher Qualität**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen / Unternehmer / Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe / weiß nicht

So zeigt sich in den Befragungsergebnissen, dass die Deutschen China bzw. chinesische Produkte aufgrund der zumeist günstigeren Preise durchaus als bedrohlich für deutsche Unternehmen einschätzen. Etwas seltener glauben die Befragten, dass einheimische Produkte wirklich durch chinesische Produkte vom Markt verdrängt werden könnten. Ein Grund für diese Sichtweise könnte darin liegen, dass alle Befragungsgruppen die Qualität chinesischer Produkte als niedrig beurteilen und diese somit möglicherweise nicht als starke Konkurrenz für deutsche Produkte wahrnehmen. Dass chinesische Produkte von hoher Qualität sind, gaben nur 10 Prozent der Bevölkerung und 8 Prozent der Wirtschaftsentscheider an. Bei den Politikern sind es immerhin 19 Prozent.

Expansive Wirtschaftsmacht

Wie bereits in Kapitel 1.3 ausgeführt, ist China nach den USA die zweitgrößte Volkswirtschaft weltweit. Dies war nicht immer so und hat sich erst in der jüngsten Geschichte entwickelt. Erst 2010 hat China Japan als zweitgrößte Volkswirtschaft der Welt abgelöst. Bis zum Jahr 2007 konnte China mit äußerst eindrucksvollen Wachstumsraten von jährlich bis zu 14 Prozent aufwarten (vgl. IWF 2012). Auch wenn sich dieses Wachstum im Zuge der weltweiten Wirtschaftskrise 2009 verlangsamt hat, hat es sich dennoch auf einem hohen Niveau zwischen 9 und 10 Prozent eingependelt. Angesichts der aktuellen Krise wurde für das laufende Jahr 2012 zunächst ein Einbruch der chinesischen Wirtschaft mit weitreichenden Folgen für die Weltwirtschaft befürchtet. Dieser ist jedoch u. a. durch vielfältige wirtschaftspolitische Maßnahmen ausgeblieben, weshalb China für 2012 ein Wirtschaftswachstum von immer noch 8 Prozent erwartet, was den Zielen der chinesischen Regierung entspricht. Experten gehen davon aus, dass

dieser starke Wachstumstrend weiter anhalten wird: Einer Prognose von Goldman Sachs zufolge wird das BIP von China im Jahr 2030 31.731 Milliarden US-Dollar betragen und damit deutlich über dem der USA (22.920 Milliarden US-Dollar) liegen (vgl. Goldman Sachs 2011). Sollten diese Prognosen stimmen, wird China die USA bereits deutlich vor 2030 als Wirtschaftsmacht Nummer eins abgelöst haben. Eine Antwort auf die Frage nach den Gründen für die wahrgenommene Bedrohung der Deutschen durch China ist wohl nicht nur in der Größe der Volkswirtschaft Chinas, sondern insbesondere auch in dieser hohen und nun schon länger anhaltenden Wachstumsdynamik zu finden.

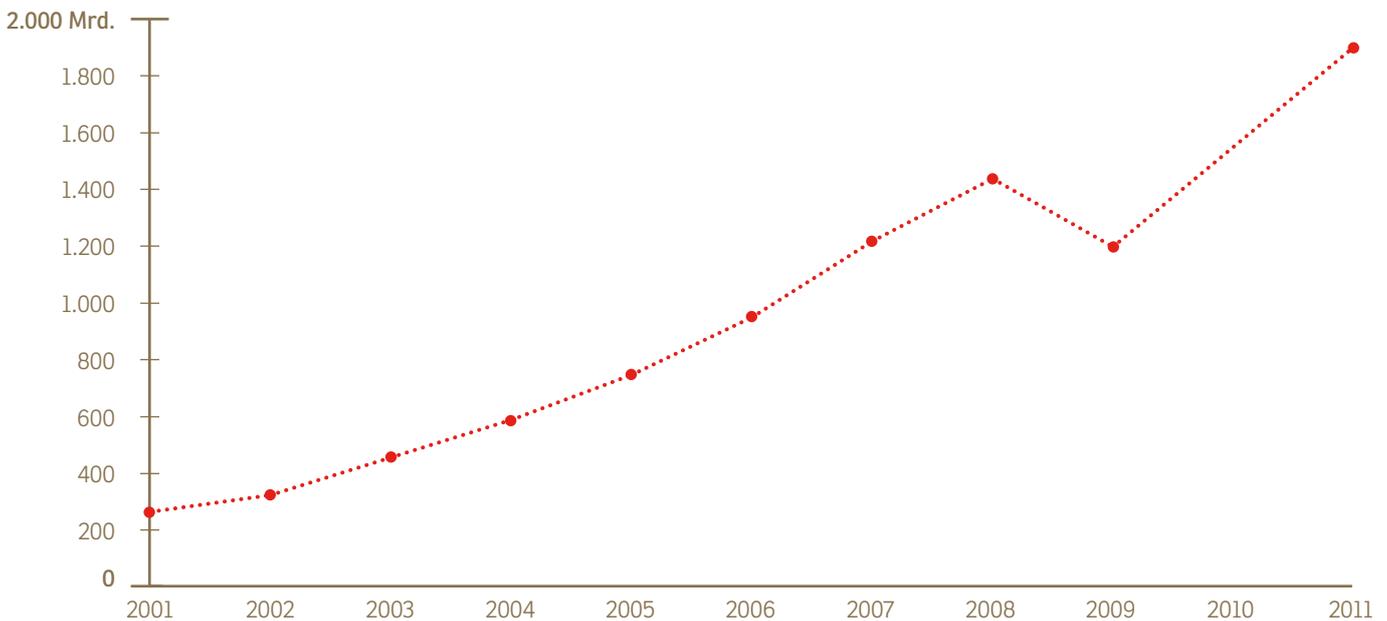
Mit ebenfalls hohen Zuwachsraten rangiert China auch als Handelsnation an vorderster Stelle. Der „Exportweltmeister“ brachte im Jahr 2011 mit 1.898 Milliarden US-Dollar deutlich mehr Waren in das Ausland als die USA (1.480 Milliarden US-Dollar). Bei den Importen lag China mit 1.743 Milliarden US-Dollar knapp hinter den USA an zweiter Stelle (vgl. WTO 2012). China erzeugte somit einen Außenhandelsbilanzüberschuss von 155 Milliarden US-Dollar, was gleichzeitig für eine hohe wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit des Landes spricht.

Deutschland war im Jahr 2011 das fünftwichtigste Absatzland für China, allerdings wurden nur 4 Prozent aller Güter aus China nach Deutschland exportiert (WTO 2012). Gemäß dem Statistischen Bundesamt ist China nach den Niederlanden der Hauptimporteur von Waren nach Deutschland und steht gleichzeitig an fünfter Stelle als Handelspartner für deutsche Exporte (vgl. Statistisches Bundesamt 2012a). Da bei den Importen aus den Niederlanden berücksichtigt werden muss, dass ein Großteil über den Rotterdamer Hafen als Umschlagplatz abgewickelt wird (und entsprechend keinen Nettoimport darstellt), kann davon ausgegangen werden, dass China sogar der Nettoimporteur Nummer eins in Deutschland ist.

Deutschland hat im Jahr 2011 insgesamt Waren im Wert von 79,3 Milliarden Euro aus China importiert. Für die letzten Jahre kann mit Ausnahme eines Einbruchs im Krisenjahr 2009 ein stetiges Wachstum verzeichnet werden, das sich allerdings in 2011 wieder etwas verlangsamt hat.

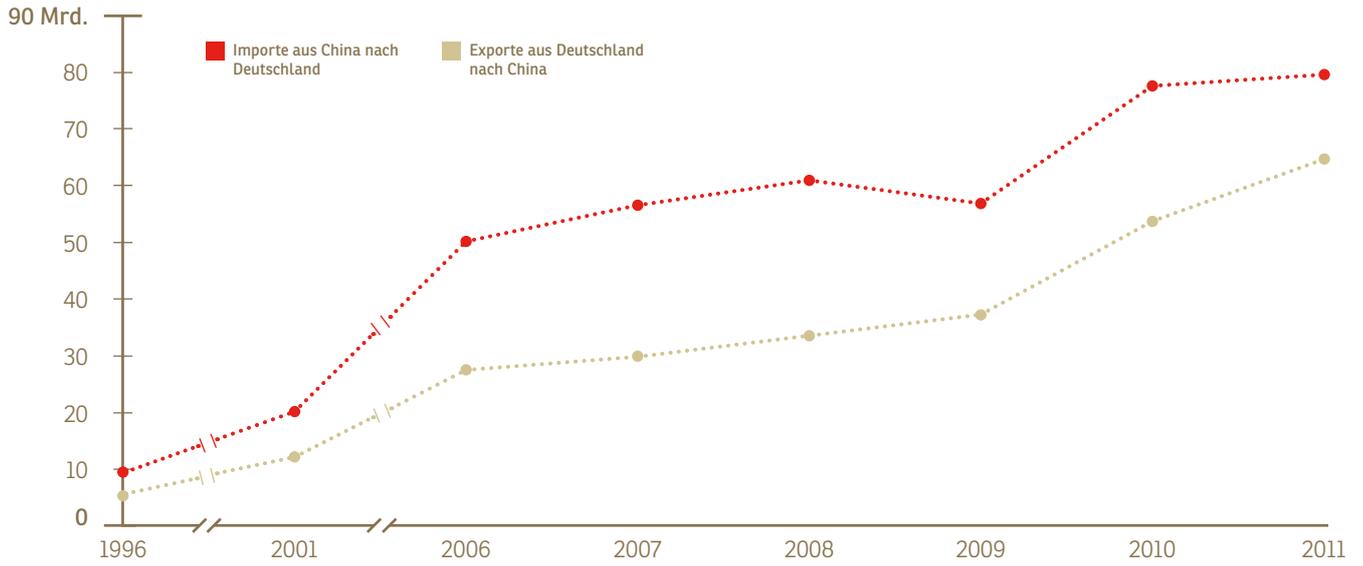
Betrachtet man die aktuellen Ausfuhr- und Einfuhrwerte, so wird deutlich, dass bei einem Außenhandelsdefizit von 14,7 Milliarden Euro Deutschland mehr Waren aus China importiert als nach China exportiert hat (vgl. Statistisches Bundesamt 2012e). Diese Zahlen zeigen, dass China für den deutschen Markt und damit

➤ Abb. 80: Export von Gütern aus China von 2001 bis 2011 (in Milliarden US-Dollar)



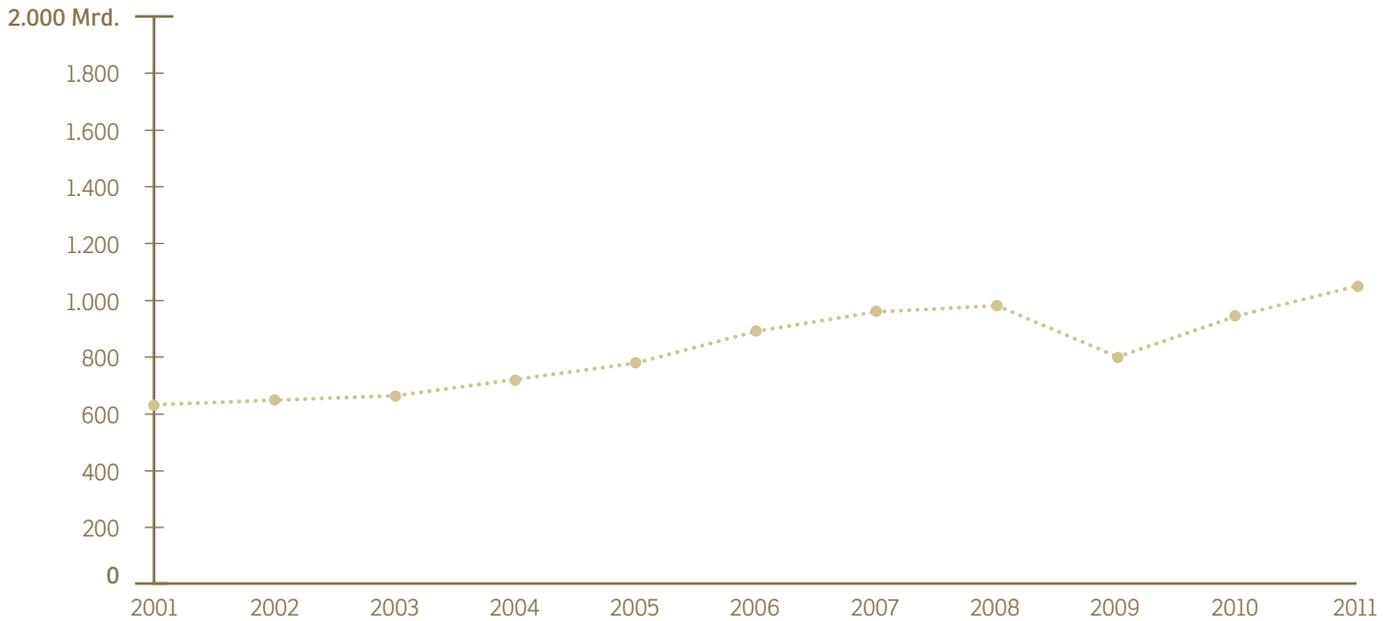
Quelle: WTO 2012

Abb. 81: Bilaterale Außenhandelsbilanz Deutschland / China 1996 bis 2011 (in Milliarden Euro)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2012e

Abb. 82: Wert der deutschen Exporte von 2001 bis 2011 (in Milliarden Euro)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2012a

auch für deutsche Unternehmen als einer der Hauptimporteure eine große Rolle spielt. Diese Einschätzung wird zusätzlich durch die Befragung gestützt. So geben zum Beispiel 56 Prozent der deutschen Bevölkerung an, Produkte oder Marken aus China zu nutzen.

Angesichts der Tatsache, dass Deutschland – wie China – eine sehr starke Exportnation ist, könnte Chinas wirtschaftliches Wachstum und seine Exporttätigkeiten somit nicht nur Auswirkungen auf den deutschen Binnenmarkt, sondern auch auf die Position Deutschlands auf dem Weltmarkt haben.

In der Befragung wird die Wirtschaft Chinas häufiger als expansiv bezeichnet. Entsprechend kann eine Befürchtung sein, dass China als wichtiger Wirtschaftspartner Deutschlands einen zu großen Einfluss auf die hiesige Wirtschaft erhält. Eine andere Sorge könnte sein, dass Deutschland aufgrund der starken Exporttätigkeiten Chinas weniger Produkte weltweit absetzen kann und sich damit wirtschaftlich weniger stark entwickelt. Diese Sorge artikuliert sich plakativ in der Verdrängung Deutschlands vom Rang des Exportweltmeisters durch China. Letzteres lässt sich durch entsprechende Zahlen illustrieren, wenngleich für ein umfassenderes Urteil zu bedenken ist, dass der Marktanteil deutscher Unternehmen zwar zurückgegangen ist (mit dem Verlust des Exportweltmeistertitels) (vgl. WTO 2012), die Exportzahlen aber gleichzeitig deutlich gestiegen sind, wie die aktuelle Exportstatistik zeigt (vgl. Statistisches Bundesamt 2012a).

Schließlich wird auch in den Medien der wirtschaftliche Aufstieg Chinas als bedrohlich dargestellt, v. a. vor dem Hintergrund der folgenden zwei Punkte: Durch die hohen Exportüberschüsse Chinas werden sehr viele Waren in die Welt gebracht, wodurch die Gefahr besteht, dass Deutschlands Chancen, seine Produkte auf dem Weltmarkt unterzubringen, sich verringern. Zudem wird angeführt, dass China durch das starke Wachstum vermehrt Rohstoffe benötigt, was den Kampf um knappe Ressourcen anheizt (z. B. in „China-Boom wird Deutschland gefährlich“ auf www.spiegel.de am 16.05.2011).

Hohe technologische Innovationskraft

Weiter hat die Studie ergeben, dass China eine hohe technologische Innovationskraft zugesprochen wird. 56 Prozent verorten China diesbezüglich im internationalen Vergleich an erster Stelle oder im oberen Drittel. Bei den Wirtschaftsentscheidern sind es hingegen nur 43 Prozent und bei den Politikern 59 Prozent. Besonders interessant ist hierbei: 71 Prozent der Bevölkerung bzw. 70 Prozent der Entscheider gehen davon aus, dass China sich in den nächsten Jahren in diesem Bereich steigern wird. Bei den Politikern sind es sogar 84 Prozent. Die Erwartungshaltung ist eindeutig: China wird das Thema Innovationen weiter vorantreiben. Bei der Zahl der Patentanmeldungen ist tatsächlich ein starker Anstieg zu verzeichnen. Gemäß aktuellen Zahlen ist China bei den internationalen Anmeldungen von Schutzrechten und Patenten an vierter Stelle, nach den USA, Japan und Deutschland (vgl. Confederation of Indian Industry; WIPO 2012). Gleichzeitig ist eine hohe Innovationskraft auch ein Attribut, das Deutsche sehr stark mit ihrem eigenen Land verbinden und mit dem im Ausland ein starker Wettbewerbsvorteil Deutschlands in Verbindung gebracht wird. So sehen 75 Prozent der Chinesen Deutschland bei technologischer Innovationskraft im internationalen Vergleich an erster Stelle oder im oberen Drittel. Und immer wieder machen deutsche Unternehmen weltweit Schlagzeilen mit Innovationen. Das Europäische Patentamt zeichnete Siemens beispielsweise als innovativstes Unternehmen aus: Mit 2.235 Patenten hat keine andere Firma 2011 so viele Patente angemeldet wie Siemens (vgl. Focus 2012). Momentan liegt Deutschland bei den Patentanmeldungen beim Europäischen Patentamt noch vor China an dritter Stelle, das mit einigem Abstand auf Platz vier steht (vgl. EPO 2012a) (vgl. ausführlicher Kapitel 2.2). China holt beim Thema Innovationskraft auf Deutschland auf. Aufgrund der hohen Relevanz dieses Themas für das Selbstverständnis und die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands könnte dieser Umstand als Bedrohung wahrgenommen werden.

Bedrohte Wirtschaftsbereiche

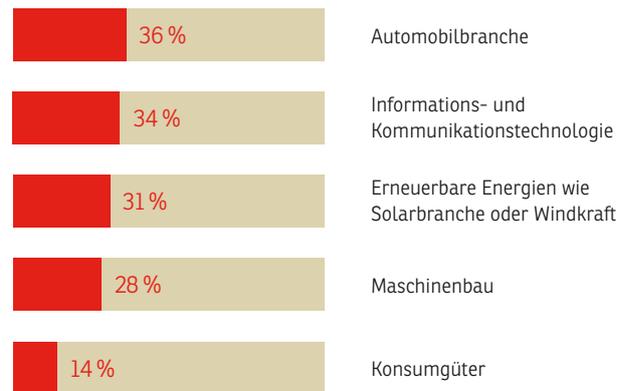
Auf die Frage, welche Wirtschaftsbereiche von China am stärksten bedroht werden, gaben die Wirtschaftsentscheider mit 36 Prozent am häufigsten die Automobilindustrie an, dicht gefolgt von der IKT-Branche mit 34 Prozent und den erneuerbaren Energien mit 31 Prozent. Es folgen der Maschinenbau mit 28 Prozent und die Konsumgüterbranche mit 14 Prozent. Die vier erstgenannten Branchen sind dementsprechend wohl nicht zufällig auch jene, deren Unternehmen in der Studie „Chinese Champions“ der Technischen Universität München als besonders erfolgreich vorgestellt werden und stellvertretend für die zunehmende Innovationskraft Chinas stehen (vgl. TUM 2012).

Gemäß den Daten des Statistischen Bundesamtes handelt es sich bei gut einem Drittel der aus China eingeführten Produkte um Datenverarbeitungsgeräte oder Elektronik, wie zum Beispiel Computer oder Küchengeräte, gefolgt von Maschinen und chemischen Erzeugnissen. Auch im Vergleich zu allen Importen dominieren bei Importen aus China vor allem Erzeugnisse aus dem Bereich Datenverarbeitungsgeräte/ Elektronik. Produkte aus der Automobilbranche (Kraftwagen und Kraftwagenteile) nehmen dagegen derzeit mit 1 Prozent nur einen sehr geringen Teil der Importe aus China ein.

Dass die Automobilbranche als die am stärksten bedrohte Branche eingeschätzt wird, überrascht angesichts der Zahlen aus den offiziellen Statistiken und vor dem Hintergrund Deutschlands starker Position in diesem Sektor sowohl auf dem internationalen als auch auf dem chinesischen Markt. So lag beispielsweise der Marktanteil von Volkswagen in China 2011 gemäß eigenen Angaben bei 19 Prozent. Laut dem Statistischen Bundesamt wurden im Jahr 2011 308.000 neue Pkws mit einem Gesamtwert von 11,9 Milliarden Euro von Deutschland nach China exportiert (vgl. Statistisches Bundesamt 2012f). Gemäß der amtlichen Statistik sind das 22,8 Prozent mehr als im Vorjahr. Auch die offizielle Ausfuhrstatistik zeigt, dass Kraftwagen und Kraftwagenteile 27 Prozent (vgl. Statistisches Bundesamt 2012e) der gesamten Exporte nach China ausmachen und dieser Anteil deutlich höher liegt als bei den Exporten Deutschlands in andere Länder.

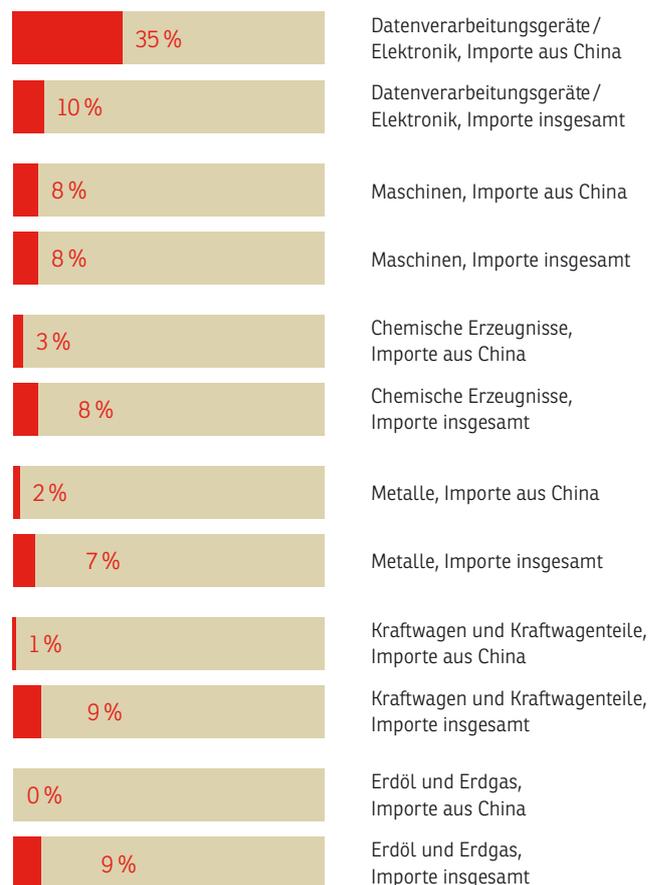
Mit diesem Hintergrundwissen sieht es eher danach aus, als ob China als großer Absatzmarkt für Automobile für Deutschland mehr eine Chance denn eine Bedrohung darstellt. Allerdings holt China im Automobilsektor stark auf und hat sich das Ziel gesteckt, hochwertigere Pkws zu produzieren, die möglicherweise den Deutschen auf dem chinesischen und vor allem auf dem Weltmarkt, beispielsweise in den aufstrebenden Schwellenländern, Konkurrenz machen könnten (vgl. TUM 2012). Ein anderer Aspekt ist, dass China im Bereich der Zuliefererindustrie mit Übernahmen und Investitionen in Deutschland vom Know-how-Transfer profitiert

Abb. 83: Top 5 der bedrohten Wirtschaftsbereiche



Basis: Wirtschaftsentscheider n=170
Frage: In welchen Bereichen oder Branchen stellt Ihrer Meinung nach die chinesische Wirtschaft eine ernsthafte Gefahr für Deutschland dar?
Mehrfachnennungen möglich.

Abb. 84: Anteile ausgewählter eingeführter Warengruppen 2011



Quelle: Statistisches Bundesamt 2012e
Rundung auf ganze Zahlen kann den Wert 0 Prozent ergeben.

und zunehmend wettbewerbsfähig werden kann (vgl. Roland Berger 2011b). So machen die Automobilindustrie und der Industriemaschinenbau gemeinsam 28 Prozent (vgl. GTAI, in: brand eins Wissen 2012) aller chinesischen Investitionen in Deutschland aus. Dieses Thema war bzw. ist auch in den deutschen Medien sehr präsent und könnte somit einen Einfluss gerade auf die Wahrnehmung der Wirtschaftsentscheider haben.

Betrachtet man die Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT), so kann diese laut GTAI in China sowohl in der Binnenwirtschaft als auch beim Export deutliche Wachstumsraten verzeichnen (vgl. GTAI 2012a). Gemäß MIIT legte beispielsweise die Stückproduktion von Computern im Jahr 2011 um 30,3 Prozent und die von Mobiltelefonen um 13,5 Prozent zu (vgl. MIIT, in: GTAI 2012a). Die Produkte werden hier zunehmend hochwertiger und sind damit auf dem internationalen Markt entsprechend wettbewerbsfähig (vgl. TUM 2012). So zählen beispielsweise Huawei und Lenovo weltweit bereits zu den Top 3 in ihrer jeweiligen Sparte (vgl. TUM 2012). Weitere Zahlen zeigen, dass China mit 35 Prozent hauptsächlich Datenverarbeitungsgeräte / Elektronik nach Deutschland exportiert und hierin führend ist. Im Vergleich machen Datenverarbeitungsgeräte / Elektronik nur 10 Prozent aller nach Deutschland importierten Waren aus, unabhängig vom Herkunftsland (vgl. Statistisches Bundesamt 2012e). Auch wenn große Teile dieser Importe als Komponenten in deutschen Produkten verbaut werden, sind chinesische Endprodukte aus der IKT-Branche auf dem deutschen Markt immer stärker präsent und konkurrieren mit den Produkten deutscher Hersteller. In der Befragung wird deutlich, dass gerade die chinesische IKT-Branche mit bekannteren Marken wie Lenovo oder Huawei von vielen Deutschen wahrgenommen wird. Die starken Wachstumsraten, der hohe Anteil chinesischer Produkte bei den Importen sowie die stärker werdende Präsenz der Marken und Produkte in Deutschland könnten dazu beitragen, dass die Wirtschaftsentscheider in diesem Bereich eine Bedrohung durch China wahrnehmen.

Eine große Bedrohung durch chinesische Unternehmen wird ebenfalls in dem noch jungen Bereich der erneuerbaren Energien wahrgenommen. China hat hier in den letzten Jahren viel investiert und stark aufgeholt. Während China 2004 nur 7 Prozent Anteil am weltweiten Photovoltaik-Umsatz innehatte, sind es inzwischen 45 Prozent. Der Anteil von Deutschland ist hingegen im selben Zeitraum von 69 Prozent auf 21 Prozent gesunken (vgl. Der Spiegel, PricewaterhouseCoopers, PRTM Management Consultants, in: brand eins Wissen 2012). Gerade auf dem europäischen und deutschen Markt geraten die einheimischen Anbieter durch sinkende Subventionen, aber auch durch preisgünstigere Angebote aus China unter Druck (vgl. TUM 2012). So wird inzwischen die chinesische Solarindustrie mit dem Vorwurf

des Preisdumpings konfrontiert, wodurch sie einen sehr hohen Marktanteil in Europa erobert hätte. Danach soll sie aufgrund hoher Staatshilfen ihre Produkte unter dem Produktionspreis anbieten, was von der chinesischen Regierung deutlich demontiert wird. In der Tat sind unter den weltweiten Top-10-Anbietern sechs chinesische Unternehmen zu finden (vgl. Bridge to India 2012). Auch im Bereich Windkraft hat sich China stark entwickelt und hält einen Anteil von 26 Prozent an der global installierten Windkraft, Deutschland dagegen 12 Prozent (vgl. Deutsche Bank, Global Wind Energy Consultant in: brand eins Wissen 2012).

Auch im Maschinenbau konnte China in den letzten Jahren hohe Wachstumszahlen verzeichnen und ist gemessen an der Anzahl der Exporte in diesem Bereich sehr stark (vgl. China Statistical Yearbook 2011). So ist China mit einem Umsatz von 563 Milliarden Euro führend im Maschinenbau, Deutschland folgt mit 230 Milliarden Euro auf Platz vier (vgl. VDMA, Statistisches Bundesamt der EU, UN, in: brand eins Wissen 2012). Laut der Technischen Universität München kommen in manchen Segmenten nicht allein die Massenfertiger, sondern bereits die Technologieführer aus China (vgl. TUM 2012). Da der Maschinenbau einen sehr traditionellen deutschen Wirtschaftszweig darstellt, in dem sich viele Weltmarktführer in Nischensegmenten eine technologische Spitzenposition erarbeitet haben, scheint der Abstand zu China für hiesige Unternehmen aus Sicht der Wirtschaftsentscheider jedoch noch etwas größer zu sein, sodass diese Branche in der Befragung nur den vierten Platz bei den am stärksten bedrohten Wirtschaftsbereichen belegt.

Eine Auswahl an Beteiligungen, Übernahmen und Kooperationen im Jahr 2012:

- Der Betonpumpen-Weltmarktführer **Sany Heavy Industry** übernimmt Putzmeister.
- **Sunways** steigt bei dem Photovoltaik-Konzern LDK Solar ein.
- **Rhenus Midgard und Jade Werke GmbH**, eine hundertprozentige Tochter der chinesischen Schiffbau- und Investmentgruppe Jiangsu Hantong Heavy Industry Group, kooperieren.
- Der Pekinger Automobilzulieferer **Lingyun** übernimmt Kiekert, den Weltmarktführer für Pkw-Schließsysteme.
- **Xuzhou Construction Machinery Group (XCMG)** steigt beim westfälischen Betonpumpenhersteller Schwing ein.
- Das Solarunternehmen Solibro wird an die Pekinger **Hanergy Holding Group** verkauft.
- **Shandong Heavy Industry** zeigt Interesse an dem Wiesbadener Gabelstaplerproduzenten Kion.
- **Wuhan Iron and Steel (Wisco)** zeigt Interesse an der auf Karosseriebleche spezialisierten Tochterfirma von ThyssenKrupp Tailored Blanks.

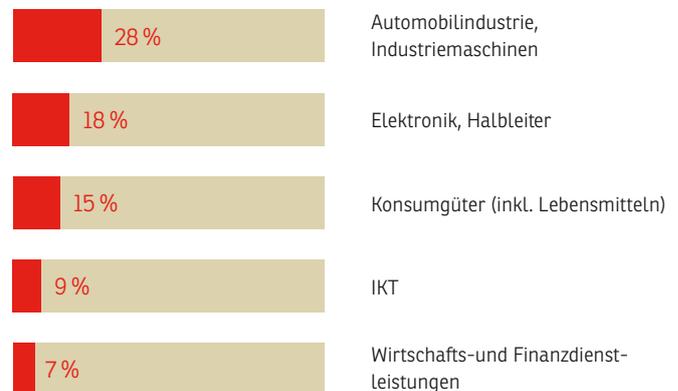
Chinesische Investitionen in Deutschland als Bedrohung

Gerade in den letzten Jahren macht China mehr und mehr Schlagzeilen durch Investitionen in deutsche Unternehmen. So ist Deutschland gemäß einer Studie von Ernst & Young gemeinsam mit den USA das attraktivste Land für chinesische Investitionen (vgl. Ernst & Young 2012). 2011 investierte China insgesamt 48,9 Milliarden Euro ins Ausland (Investitionen in ausländische Unternehmen und Errichtung neuer Produktionsstätten), in europäische Unternehmen flossen davon 7,5 Milliarden Euro (vgl. A Capital, in: brand eins Wissen 2012). Investitionen in Deutschland machten im Jahr 2011 mit 0,2 Milliarden Euro einen eher geringen Anteil an den gesamten ausländischen Investitionen Chinas aus (vgl. Handelsblatt 2012, Seite 8).

Am stärksten wird laut GTAI in Deutschland mit 28 Prozent in den Bereichen Automobilindustrie und Industriemaschinen investiert, gefolgt vom Bereich Elektronik und Halbleiter. Die IKT-Branche macht mit 9 Prozent einen eher geringen Anteil an den Gesamtinvestitionen aus.

Die Investitionen chinesischer Unternehmen bzw. Investoren könnten u. a. aufgrund der vielen Medienberichte stärker von den Deutschen wahrgenommen worden sein, wenngleich sich diese Stärke anhand der gerade aufgezeigten geringen Anzahl chinesischer Investitionen im Vergleich zu den chinesischen Investitionen weltweit relativiert. Zwei Drittel der Bevölkerung und drei Viertel der Wirtschaftsentscheider stimmen der Aussage zu „Chinesische Unternehmen investieren zunehmend in Deutschland“. Da diese Investitionen von der deutschen Politik begrüßt werden, ist es nicht verwunderlich, dass dieser Umstand bei 85 Prozent der Politiker präsent ist (vgl. Rösler umwirbt China auf n-tv.de 2012).

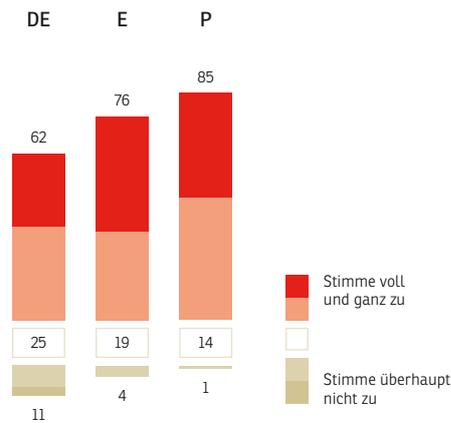
► Abb. 85: Top 5 der chinesischen Investitionen in Deutschland 2003 bis 2010 nach Sektoren



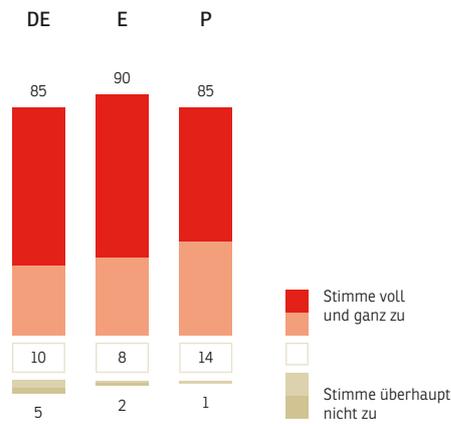
Quelle: GTAI, in: brand eins Wissen 2012

Um festzustellen, ob diese Investitionen bei den Deutschen eher mit positiven oder mehr mit negativen Aspekten assoziiert sind, wurde auf Basis der Befragungsergebnisse eine Korrelationsanalyse durchgeführt. Auch wenn die Investitionen auf der einen Seite begrüßt werden, ergibt diese, dass die Zustimmung zu dieser Aussage („Chinesische Unternehmen investieren zunehmend in Deutschland“) stärker mit der Wahrnehmung Chinas als Bedrohung denn als Bereicherung zusammenhängt. Überschriften in den Medien zu diesem Thema könnten die Angst vor einem Ausverkauf Deutschlands und einem damit einhergehenden Kontrollverlust sowie vor der Gefährdung von Arbeitsplätzen durch die chinesischen Investitionen zusätzlich stimulieren (z. B. Die Welt 2012: Chinas Firmen in Europa auf Schnäppchen-Tour) Eine weitere Sorge könnte in der befürchteten Gefahr begründet liegen, dass sich China durch die Investitionen in deutsche Unternehmen Zugang zu Know-how verschafft. Da die Wahrnehmung Chinas sehr stark von dem Image geprägt zu sein scheint, dass China Ideen und Erfindungen ausspioniert und westliche Produkte kopiert, wird dieser Punkt besonders kritisch gesehen. So fällt dieser Aspekt fast allen befragten Gruppen bei der Frage nach ersten spontanen Assoziationen zu China im Zusammenhang mit dem Thema Wirtschaft am häufigsten ein. Ferner stimmen 82 Prozent der deutschen Bevölkerung und sogar 92 Prozent der Wirtschaftsentscheider der Aussage zu: „Viele Deutsche haben Angst, dass China Ideen und Erfindungen ausspioniert“ (vgl. dazu Kapitel 2.2).

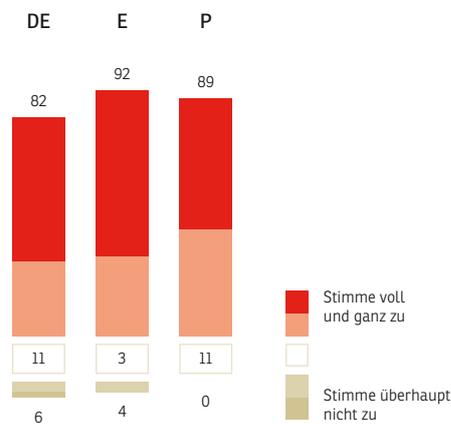
➤ **Abb. 86: Chinesische Unternehmen investieren zunehmend in Deutschland**



➤ **Abb. 87: Chinesen kopieren häufig westliche Produkte**



➤ **Abb. 88: Viele Deutsche haben Angst, dass China Ideen und Erfindungen ausspioniert**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen / Unternehmer / Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

2.1.2 Chinesische Wirtschaft als Bereicherung

Während im vorherigen Teil anhand von Befragungsergebnissen und externen Daten mögliche Gründe näher analysiert wurden, warum die chinesische Wirtschaft von den Deutschen als Bedrohung wahrgenommen wird, so wird im Folgenden, ebenfalls anhand von Befragungsergebnissen und externen Daten, untersucht, was dafür spricht, dass die Wirtschaftsmacht China als Bereicherung gesehen wird.

Chinesische Investitionen in Deutschland als Bereicherung

So können Investitionen chinesischer Unternehmen in Deutschland nicht nur – wie bereits skizziert – als mögliche Bedrohung gesehen werden, sondern auch eine Bereicherung für Deutschland darstellen. Laut einer Studie der Unternehmensberatung Rhodium haben Chinas Investitionen in Europa die gleiche positive Wirkung wie Gelder aus EU-Ländern. Entsprechend werden deutsche Unternehmen auf diese Weise mit frischem Kapital versorgt, Arbeitsplätze geschaffen sowie die Steuereinnahmen erhöht. Gemäß der Studie sind in Europa aktuell 45.000 Jobs an chinesische Direktinvestitionen gebunden. Ein weiterer Punkt, der für eine positive Bewertung von chinesischen Investitionen spricht, ist, dass für manches Unternehmen dadurch der Weg zum großen Absatzmarkt in China erleichtert wird.

Wie schon aufgezeigt sind die momentanen chinesischen Investitionen in Deutschland eher gering. Laut dem Auswärtigen Amt haben deutsche Unternehmen bis heute um ein Vielfaches mehr in China investiert als umgekehrt. Allerdings ist ein stark gestiegenes chinesisches Interesse feststellbar. Nach Angaben des MofCom betragen die Investitionen deutscher Unternehmen in China 2010 rund 0,9 Milliarden US-Dollar. Im Gegenzug haben chinesische Unternehmen rund 0,4 Milliarden US-Dollar in Deutschland investiert (vgl. Auswärtiges Amt 2012). Deutsche Firmen haben damit bisher insgesamt über 21 Milliarden Euro in China investiert, während das Investitionsvolumen Chinas in Deutschland noch unter 1 Milliarde Euro liegt (vgl. Deutsche Botschaft China 2012).

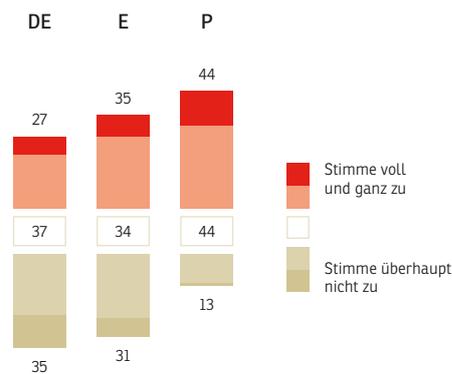
Schaffung von Arbeitsplätzen

Eine weitere Folge der expansiven Wachstumspolitik Chinas sind Investitionen innerhalb der neuen Absatzmärkte im Rahmen des Auf- und Ausbaus von Niederlassungen vor Ort. Dabei scheint Deutschland gemäß einer Untersuchung der Unternehmensberatung Ernst & Young bei chinesischen Unternehmen der beliebteste Standort in Europa zu sein: 63 Prozent der Unternehmen mit

einem Standort in Europa haben diesen in Deutschland (vgl. Ernst & Young 2012). Nach aktuellen Schätzungen sind rund 900 chinesische Unternehmen (vgl. Auswärtiges Amt 2012) mit ca. 7.300 Mitarbeitern in Deutschland ansässig (vgl. Bureau van Dijk 2012). Huawei mit über 1.600 Mitarbeitern in Deutschland und der Europazentrale in Düsseldorf ist dabei der größte chinesische Arbeitgeber hierzulande.

Die Befragung zeigt, dass auch in der deutschen Bevölkerung wahrgenommen wird, dass chinesische Unternehmen Arbeitsplätze in Deutschland schaffen, wenn auch der Zustimmunganteil für diese Aussage mit 27 Prozent der Befragten noch eher gering ist. Bei den Wirtschaftsentscheidern und Politikern liegt die Zustimmungsrate jedoch mit 35 bzw. 44 Prozent zum Teil deutlich höher. Es ist davon auszugehen, dass diese beiden Gruppen den deutschen Arbeitsmarkt besser kennen und vor diesem Hintergrund eine andere Bewertung Chinas vornehmen. Dieses Ergebnis zeigt, dass durch den Auf- und Ausbau chinesischer Niederlassungen zwar durchaus Arbeitsplätze entstehen, dies aber von den Deutschen nur bedingt wahrgenommen wird.

► **Abb. 89: Chinesische Unternehmen schaffen Arbeitsplätze in Deutschland**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen/Unternehmer/Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

China als Produktionsstandort

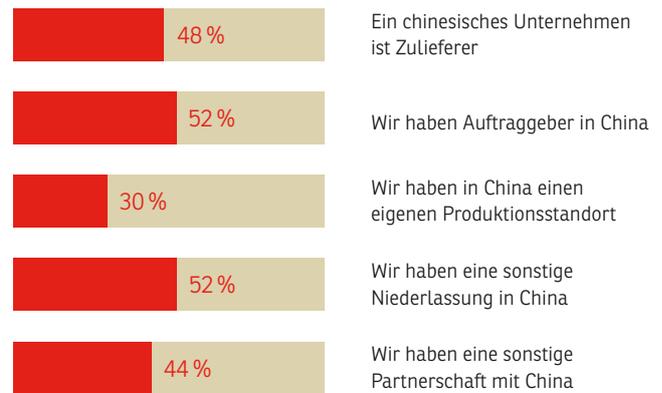
Günstige Produktionsbedingungen sowie Skaleneffekte sind ein wichtiger Wettbewerbsvorteil für chinesische Unternehmen, wodurch diese häufig Produkte günstiger anbieten können als andere Wirtschaftsnationen. Aber auch deutsche Unternehmen können von den günstigen Produktionsbedingungen in China profitieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit in vielen Bereichen dadurch sicherstellen, weshalb China als Produktionsstandort eine Bereicherung für deutsche Unternehmen darstellen kann. So lässt eine Vielzahl deutscher Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen in China produzieren, darunter beispielsweise Volkswagen, Siemens oder Bosch. 62 Prozent der befragten Wirtschaftsentscheider mit Geschäftsbeziehungen nach China geben dementsprechend auch an, entweder über einen Produktionsstandort in China zu verfügen oder mit chinesischen Unternehmen als Zulieferer in einer Geschäftsbeziehung zu stehen. 83 Prozent schätzen diese Geschäftsbeziehung als wichtig für den Geschäftserfolg ein, 45 Prozent sogar als sehr bzw. äußerst wichtig. Auch im internationalen Vergleich wird China von gut der Hälfte der Bevölkerung und der Wirtschaftsentscheider als guter Produktionsstandort auf dem ersten Platz oder im oberen Drittel gesehen (vgl. dazu ausführlicher das folgende Kapitel 2.2).

China als Absatzmarkt für Deutschland

Eine große Wirtschaftsmacht kann als Stabilisator oder Konjunkturlokomotive weltweit dienen. Nicht zufällig blickt die Welt in der globalen Wirtschaftskrise mit prüfenden Augen auf die Entwicklung von Chinas Wirtschaft.

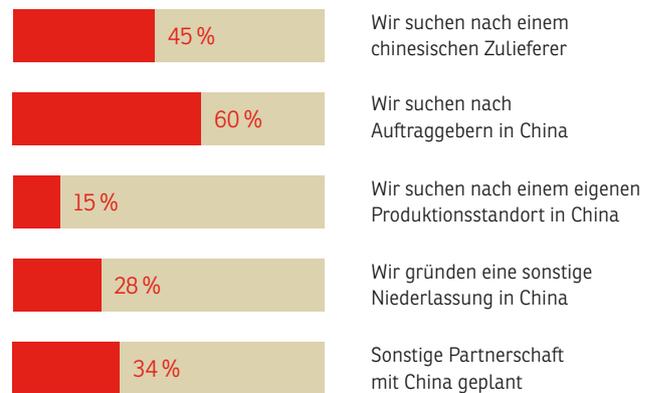
Ein zentraler Aspekt ist hierbei, dass China für viele Unternehmen einen bedeutenden Absatzmarkt darstellt. China ist inzwischen Deutschlands fünftwichtigste Absatzland mit sehr großen Steigerungsraten von über 20 Prozent pro Jahr. So geben 52 Prozent der befragten Wirtschaftsentscheider mit Geschäftsbeziehungen nach China an, einen Auftraggeber in China zu haben. 60 Prozent der Wirtschaftsentscheider, die eine neue Geschäftsbeziehung zu China planen, suchen in China auch nach Auftraggebern.

➤ Abb. 90: Aktuelle Geschäftsbeziehung zu China



Basis: Wirtschaftsentscheider mit Geschäftsbeziehungen zu China (E) n=104
Frage: Von welcher Art sind bzw. waren Ihre Geschäftsbeziehungen zu China?

➤ Abb. 91: Zukünftige Geschäftsbeziehung zu China



Basis: Wirtschaftsentscheider, die eine Geschäftsbeziehung zu China planen (E) n=77
Frage: Von welcher Art werden Ihre Geschäftsbeziehungen zu China sein?

Eine wichtige Säule der deutschen Exporte ist der Maschinenbau. Laut Statistischem Bundesamt machen Maschinen 29 Prozent der gesamten Exporte Deutschlands nach China aus, dicht gefolgt von Kraftwagen und Kraftwagenteilen mit mit 29 bzw. 27 Prozent und elektrischen Ausrüstungen mit 10 Prozent. Gerade Maschinen sowie Kraftwagen und Kraftwagenteile werden mit 27 Prozent deutlich mehr nach China exportiert als in andere Länder (15 bzw. 18 Prozent), wodurch sich die Relevanz des chinesischen Marktes genau für diese beiden Produktgruppen manifestiert.

Der Anteil des Chinageschäfts am Gesamtumsatz bei BMW liegt laut Unternehmensangaben bei knapp 17 Prozent, bei Daimler um die 10 Prozent und bei Siemens sind es 9 Prozent. Die großen Chancen, die China für deutsche Unternehmen als Absatzmarkt bietet, zeigen sich auch in der sehr hohen Bekanntheit deutscher Marken vor Ort: Den Namen Siemens kennen 99 Prozent der chinesischen Bevölkerung, Volkswagen ist bei 98 Prozent der Chinesen bekannt und Adidas kommt auf eine Bekanntheit von 97 Prozent.

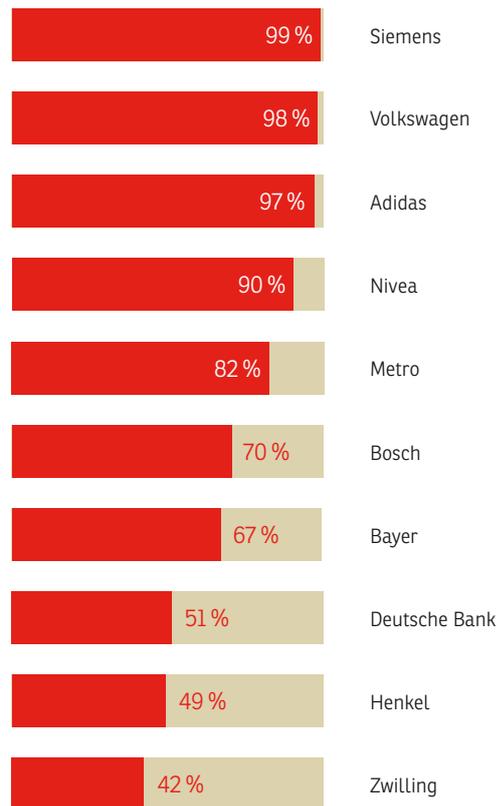
Gerade durch die zunehmende Kaufkraft in China sollten deutsche Produkte, speziell hochwertige Marken, auf dem chinesischen Markt in den kommenden Jahren weiter an Attraktivität gewinnen (vgl. GTAI 2012a).

➤ Abb. 92: Anteile ausgewählter ausgeführter Warengruppen 2011



Quelle: Statistisches Bundesamt 2012e

➤ Abb. 93: Bekanntheit deutscher Marken



Basis: Chinesische Bevölkerung (CN) n=1.319
 Frage: Im Folgenden geht es um deutsche Marken bzw. Unternehmen. Welche der folgenden Marken bzw. Unternehmen kennen Sie, haben zumindest davon schon gehört oder sind Ihnen gänzlich unbekannt?
 Mehrfachnennungen möglich.

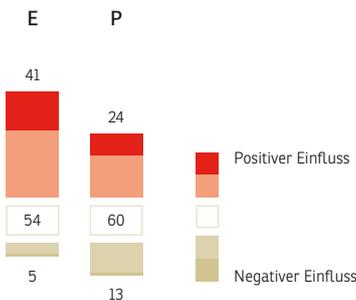
Bewertung durch Wirtschaftsentscheider und Politiker

Insgesamt wird Chinas Beitrag für Deutschland insbesondere von der Bevölkerung verhalten gesehen. Die empfundene Bedrohung, die von der starken Wirtschaftsmacht ausgeht, steht für die meisten im Vordergrund. Interessant ist, dass gerade Politiker, die auf vielen Ebenen die Zusammenarbeit der beiden Staaten auch im Bereich Wirtschaft vorantreiben, hierbei deutlich optimistischer sind. Zwischen den beiden Gruppen stehen die Wirtschaftsentscheider, die China zwar in vielerlei Hinsicht durchaus als Bedrohung wahrnehmen, dafür aber auch die vielen Chancen sehen, die China (z. B. als Absatzmarkt) Deutschland eröffnet.

Dies zeigt sich auch in weiteren Befragungsergebnissen: Insgesamt gehen 77 Prozent der befragten deutschen Wirtschaftsentscheider und sogar 90 Prozent der Politiker davon aus, dass der Einfluss Chinas im Bereich Wirtschaft in den nächsten Jahren steigen wird. Besonders von Wirtschaftsentscheidern wird dies positiv bewertet. 41 Prozent glauben an einen positiven Einfluss auf ihren Unternehmenserfolg, 54 Prozent sagen, dass dies keinen Einfluss haben wird und nur 5 Prozent geben an, dass es sich negativ auf ihren Unternehmenserfolg auswirken wird. Deutsche Politiker sind etwas zurückhaltender, wahrscheinlich weil die wirtschaftliche Entwicklung Chinas sie nicht immer direkt betrifft. 60 Prozent geben an, dass der höhere Einfluss Chinas in den nächsten Jahren keinen Einfluss auf ihren Handlungsspielraum haben wird. Aber auch hier gehen nur 13 Prozent von einem negativen Einfluss aus.

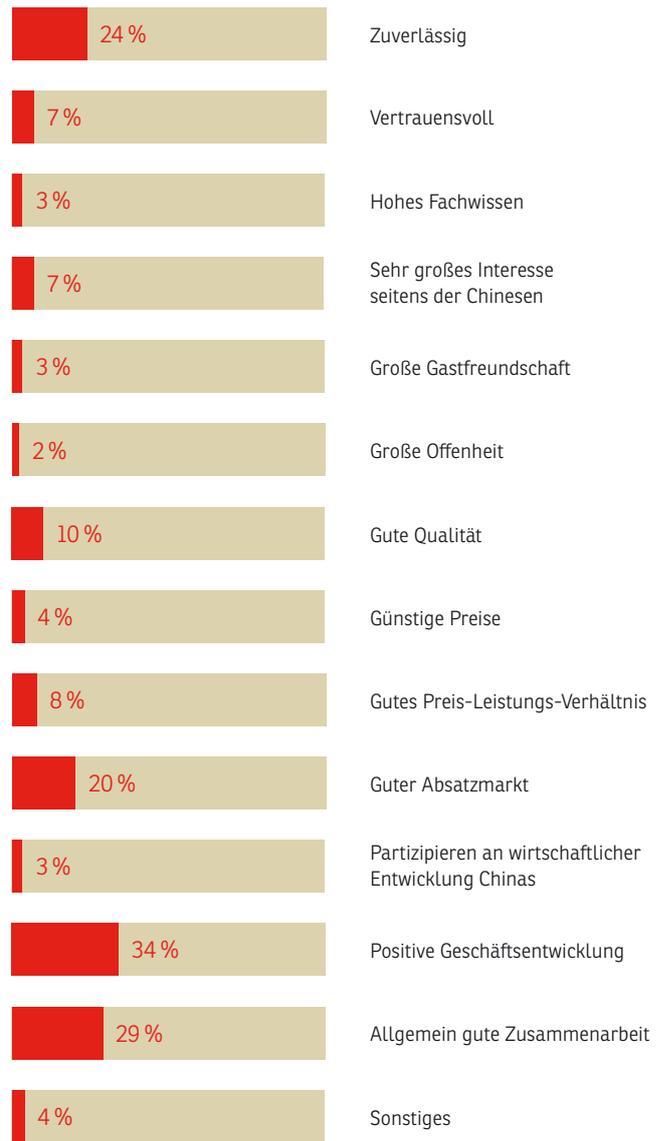
Auch die Geschäftsbeziehung, die die Wirtschaftsentscheider zu China haben, wird mit 54 Prozent mehrheitlich positiv bewertet. 30 Prozent sind neutral. Nur 11 Prozent geben an, mit der Geschäftsbeziehung unzufrieden zu sein. Hauptgründe für die Zufriedenheit mit der Geschäftsbeziehung sind eine positive Geschäftsentwicklung, eine allgemein gute Zusammenarbeit, Zuverlässigkeit sowie ein guter Absatzmarkt.

➤ **Abb. 94: Einfluss auf Unternehmenserfolg / Handlungsspielraum**



Basis: Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Und was denken Sie, wie wird sich das auf Ihren Unternehmenserfolg / Handlungsspielraum auswirken?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe / weiß nicht

➤ **Abb. 95: Gründe für Zufriedenheit mit Geschäftsbeziehung zu China**



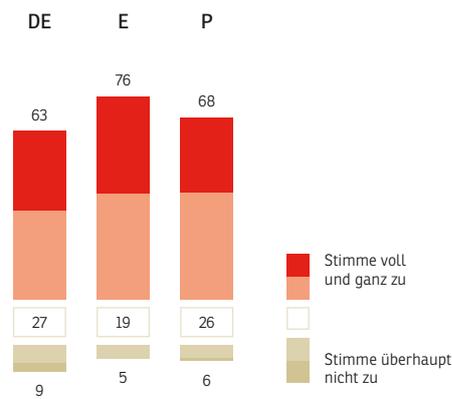
Basis: Deutsche Wirtschaftsentscheider, die mit der Geschäftsbeziehung zu China zufrieden sind / waren (E) n=55
 Frage: Und warum sind oder waren Sie zufrieden?
 Mehrfachnennungen möglich.

Kulturelle Unterschiede als Verstärker für Ängste

Vor dem Hintergrund der Bewertung Chinas beim Reputationsindex und dabei speziell des niedrigen Ergebnisses bei der Vertrauenswürdigkeit (vgl. Kapitel 1.5) ist es nicht verwunderlich, dass China in wirtschaftlicher Hinsicht stärker als Bedrohung denn als Bereicherung wahrgenommen wird. Diese Einschätzung wird sicherlich durch viele Faktoren genährt: die überwiegend negative Berichterstattung und die bereits weiter oben im Kapitel aufgeführten Punkte, wie befürchtete Arbeitsplatzverluste oder die wahrgenommene Bedrohung deutscher Unternehmen durch chinesische. Aber auch der große kulturelle Unterschied zwischen China und Deutschland trägt hierzu bei. Bereits so anscheinend einfach zu deutende zwischenmenschliche Kommunikationsmittel wie Gesten oder Zeichen werden in verschiedenen Ländern und Kulturen völlig unterschiedlich interpretiert. Diese kulturelle Barriere führt zu Missverständnissen, die sicherlich jedem Urlauber bereits einmal begegnet sind. Diese Erkenntnis findet sich auch in den Befragungsergebnissen wieder: Denn China wird von den meisten Deutschen als kulturell fremd wahrgenommen. So stimmen zum Beispiel knapp zwei Drittel der deutschen Bevölkerung der Aussage zu: „Viele Deutsche verstehen China nicht, weil die Kultur so anders ist“. Bei den Wirtschaftsentscheidern sind es sogar 76 Prozent, bei den Politikern 68 Prozent. Bei Personen, die bereits in direktem Kontakt mit China standen oder schon in China vor Ort waren, ist dieser Zustimmungswert sogar noch höher. Gerade wenn Kulturen sehr unterschiedlich sind und ein regelmäßiger Kontakt selten ist, dominieren häufig Vorurteile und Stereotype die Wahrnehmung der anderen Kultur. Missverständnisse und Fehlinterpretationen des Verhaltens der „anderen“ sind dadurch vorprogrammiert. Vor diesem Hintergrund könnte es jedoch vielen Deutschen schwerfallen, Chinas starke wirtschaftliche Position als Bereicherung anzusehen.

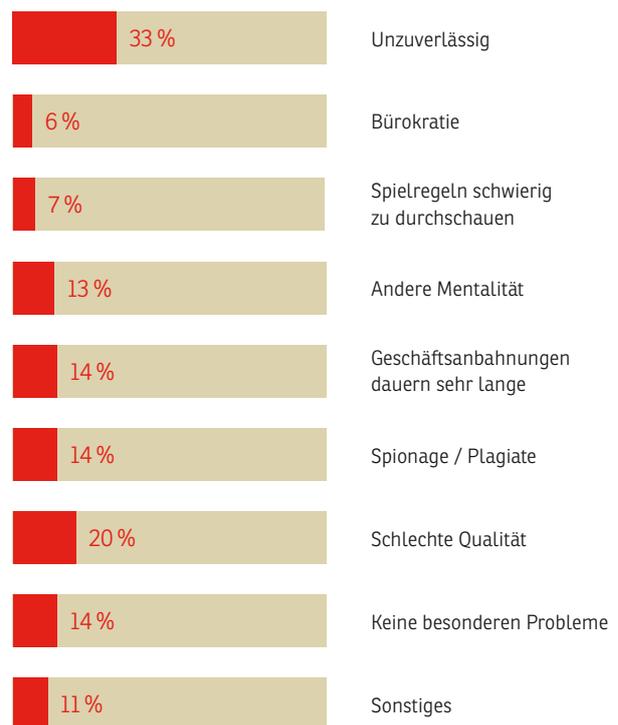
Die Problematik der kulturellen Unterschiede zeigt sich nicht nur auf der gesellschaftlichen Ebene, sondern findet auch eine Entsprechung in den tagtäglichen Interaktionen der Wirtschaftsentscheider: Die Wirtschaftsentscheider, die mit ihren bisherigen Geschäftsbeziehungen zu China unzufrieden waren, nennen u. a. Probleme mit der Mentalität, die Dauer von Geschäftsanbahnungen sowie schwer durchschaubare Spielregeln des Geschäftsgebarens als Gründe.

➤ Abb. 96: Viele Deutsche verstehen China nicht, weil die Kultur so anders ist



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Politik genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. keine Angabe/weiß nicht

➤ Abb. 97: Gründe für Unzufriedenheit mit Geschäftsbeziehung zu China



Basis: Deutsche Wirtschaftsentscheider, die mit der Geschäftsbeziehung zu China unzufrieden waren (E) n=43
Frage: Und warum sind oder waren Sie nicht zufrieden?
Mehrfachnennungen möglich.

Zusammenfassung

In dem vorliegenden Kapitel wurde untersucht, wie die Deutschen China als Wirtschaftsmacht wahrnehmen und ob diese eher als Bedrohung oder als Bereicherung für den Standort Deutschland gesehen wird. Dazu löschten nicht nur die Wahrnehmung der Deutschen nicht nur analysiert, sondern auch externen Daten und offiziellen Statistiken gegenübergestellt.

Um mögliche Ursachen aufzudecken, aufgrund derer die Deutschen China als Bedrohung wahrnehmen, wurden verschiedene Aspekte daraufhin näher geprüft. Zunächst wurde untersucht, inwieweit die günstigen Produktionsbedingungen und damit verbunden die Preisstrategie chinesischer Unternehmen auf diese Wahrnehmung einen Einfluss haben könnten. Im Anschluss wurden die starke wirtschaftliche Position sowie die hohe Wachstumsdynamik Chinas und die damit verbundene expansive Wirtschaft als mögliche Ursache für die wahrgenommene Bedrohung analysiert. Als weiterer Aspekt wurde diskutiert, inwieweit die technologische Innovationskraft Chinas dazu beitragen könnte, dass die Deutschen China als Bedrohung ansehen. Ferner wurde untersucht, welche Wirtschaftsbereiche als besonders bedroht eingeschätzt werden. Zum Schluss wurde das Thema chinesische Investitionen in Deutschland im Hinblick auf die wahrgenommene Bedrohung behandelt.

Bei der Analyse, aus welchen Gründen die Deutschen die chinesische Wirtschaft als Bereicherung einschätzen könnten, wurden die folgenden Aspekte behandelt: Zunächst wurde diskutiert, inwieweit chinesische Investitionen in Deutschland als Bereicherung gesehen werden können. Ferner wurde analysiert, ob chinesische Unternehmen an der Schaffung von Arbeitsplätzen in Deutschland beteiligt sind und wie dies wahrgenommen wird. Schließlich wurde China als Produktionsstandort für deutsche Unternehmen auf der einen Seite sowie China als Absatzmarkt für deutsche Produkte auf der anderen Seite im Hinblick auf die wahrgenommene Bereicherung durch Chinas Wirtschaft analysiert.

2.2 China zwischen Werkbank und Innovationsführer

Seit Jahren gilt China als verlängerte Werkbank des Westens. So wird die Produktion von z. B. in Deutschland entwickelten Produkten nach China verlagert, da dort die Produktionskosten deutlich niedriger sind. Ein Charakteristikum des Begriffs „verlängerte Werkbank“ ist, dass keine eigenen Forschungs- und Entwicklungsleistungen vorgenommen werden, sondern nur die Produktion nach festgelegten Vorgaben ausgeführt wird. Dies hat u. a. über die Jahre hinweg dazu beigetragen, dass China kaum als Innovationsstandort wahrgenommen wird. In den letzten Jahren hat China sich im Bereich Innovationen jedoch stark entwickelt und ist inzwischen bei der Zahl der internationalen Anmeldungen von Schutzrechten und Patenten auf Platz vier hinter den USA, Japan und Deutschland. (vgl. Confederation of Indian Industry; WIPO 2012).

Vor diesem Hintergrund geht dieses Kapitel der Frage nach, welches dieser beiden skizzierten Bilder die Wahrnehmung Chinas in Deutschland dominiert, das der verlängerten Werkbank oder das der Innovationsführerschaft, und was genau die Deutschen mit dem jeweiligen Bild verbinden. Dazu werden diese Bilder nicht nur aus Sicht der Befragungsergebnisse beleuchtet, sondern der jeweils tatsächlichen Situation, basierend auf aktuellen Zahlen und Fakten, gegenübergestellt.

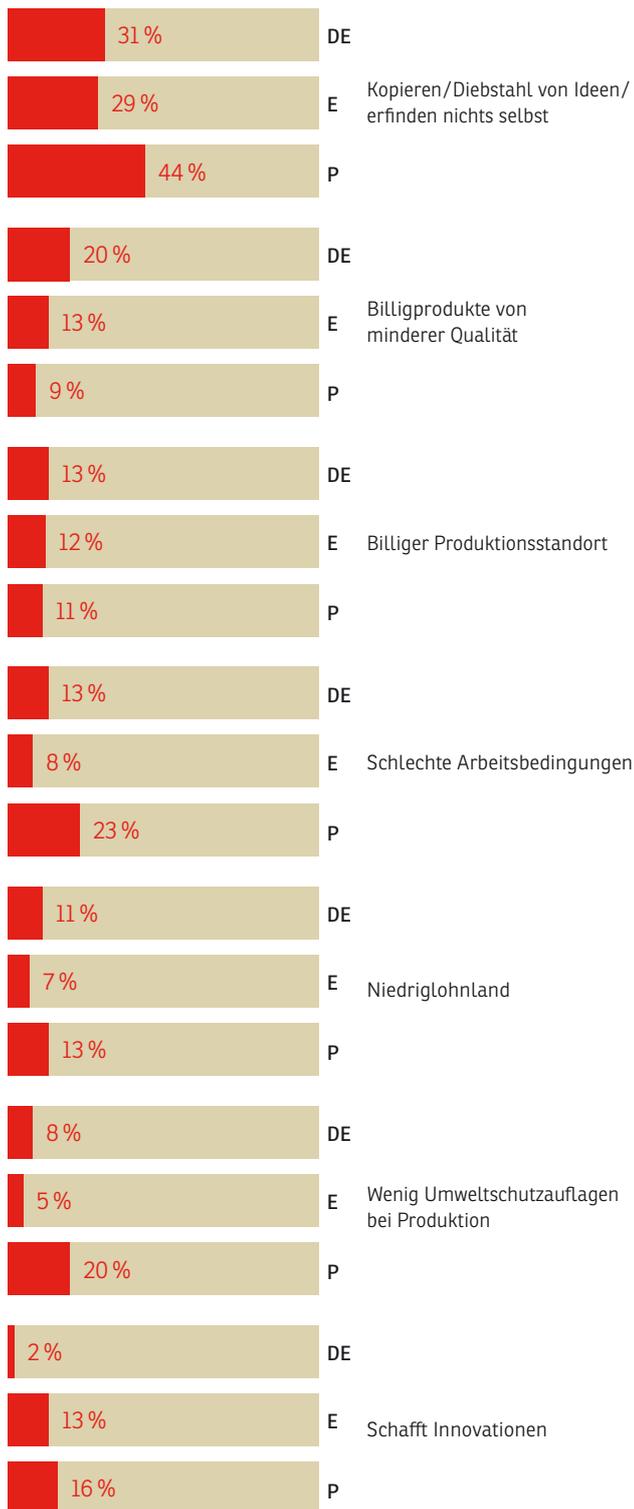
Wahrnehmung der Deutschen: verlängerte Werkbank oder Innovationsführer?

Zunächst fällt auf, dass die Assoziationen, die die Befragten haben, wenn sie an China im Bereich Wirtschaft denken, im Hinblick auf die Frage, ob China eher als Produktionsstandort oder als Innovationsführer wahrgenommen wird, sehr unterschiedlich sind:

So nehmen die Wirtschaftsentscheider mit jeweils 12 bzw. 13 Prozent der Nennungen China sowohl als Produktionsstandort als auch als Innovationsstandort wahr. Bei den Politikern hingegen ist das Bild des Innovationsstandorts mit 16 Prozent etwas aus geprägter gegenüber nur 11 Prozent, die China als Produktionsstandort einschätzen. Die Bevölkerung wiederum sieht China stärker als Produktionsstandort mit 13 Prozent der Nennungen, wohingegen nur 2 Prozent sagen, dass China Innovationen schafft.

Betrachtet man die Ergebnisse zu der Aussage „China ist für Deutschland in erster Linie ein Produktionsstandort“, zeigt sich ein ähnliches Bild. Bei der Bevölkerung sagt etwas mehr als die Hälfte, dass China in erster Linie ein Produktionsstandort ist. Wirtschaftsentscheider und Politiker stimmen zwar in großen Teilen dieser Aussage ebenfalls zu. Aber demgegenüber stehen auch immerhin 19 Prozent der Entscheider und 29 Prozent der Politiker, die nicht der Ansicht sind, dass China in erster Linie ein Produktionsstandort ist. In diesen beiden Gruppen befinden sich somit mehr Personen, die China nicht auf den Produktionsstandort reduzieren, sondern für die China mehr zu sein scheint. Vergleicht man dies mit den Ergebnissen aus Kapitel 2.1, zeigt sich, dass beispielsweise für Wirtschaftsentscheider der Standort China als Absatzmarkt zunehmend eine Rolle spielt und viele Politiker China als Investor für deutsche Unternehmen begrüßen. Aber auch die stärkere Wahrnehmung Chinas als Innovationsstandort kann hier eine Rolle spielen. Es fällt auf, dass der Anteil der Wirtschaftsentscheider, die China nicht nur als Produktionsstandort sehen, bei den Chinakennern höher ist, hier also ein differenzierteres Bild vorherrscht.

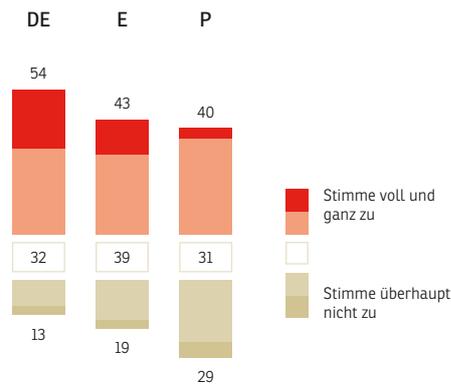
➤ **Abb. 98: Spontanassoziationen im Bereich Wirtschaft**



Basis: Personen, denen die Wirtschaft Chinas präsent ist; Deutsche Bevölkerung (DE) n=980, Wirtschaftsentscheider (E) n=168, Politiker (P) n=80
 Frage: Was fällt Ihnen denn spontan ein, wenn Sie an China im Bereich Wirtschaft denken?
 Mehrfachnennungen möglich.

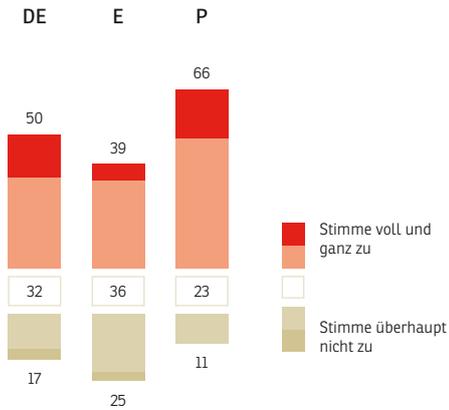
Häufig wird jedoch die „verlängerte Werkbank“ China nicht nur mit der reinen Auslagerung von einfachen und wenig wertschöpfenden Tätigkeiten in Verbindung gebracht. Oft gehen damit auch Assoziationen wie mindere Qualität, schlechte Arbeitsbedingungen, geringe Relevanz von Umweltauflagen oder Know-how-Transfer einher. Auf die Frage, was den Befragten in den Sinn kommt, wenn sie an China im Bereich Wirtschaft denken, geben knapp ein Drittel der Bevölkerung und der Wirtschaftsentscheider „Kopieren / Diebstahl von Ideen / erfinden nichts selbst“ an. Bei den Politikern sind dies sogar 44 Prozent. Ferner denken die deutsche Bevölkerung und die Wirtschaftsentscheider an Billigprodukte von minderer Qualität, schlechte Arbeitsbedingungen, Niedriglohnland sowie wenig Umweltauflagen bei der Produktion. Politiker hingegen denken häufiger an schlechte Arbeitsbedingungen und wenig Umweltauflagen. Demgegenüber scheinen die Verbraucher und Wirtschaftsentscheider sich von einer schlechten Qualität bei Produkten unmittelbarer betroffen zu fühlen.

➤ **Abb. 99: China ist für Deutschland in erster Linie ein Produktionsstandort**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen/Unternehmer/Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. weiß nicht/keine Angabe

Abb. 100: China ist sehr innovativ



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen/Unternehmer/Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. weiß nicht/keine Angabe

Bei den Zustimmungswerten zu der Aussage „China ist sehr innovativ“ zeigt sich, dass wie auch schon bei den Assoziationen die Politiker am häufigsten China als innovativ wahrnehmen. Insgesamt stimmen zwei Drittel der Politiker dieser Aussage zu. Bei der Bevölkerung stimmt immerhin jeder Zweite dieser Aussage zu. Auffällig ist, dass die Wirtschaftsentscheider mit 39 Prozent der Nennungen China seltener als innovativ einschätzen. 25 Prozent stimmen dieser Aussage sogar explizit nicht zu.

Zieht man ein erstes Resümee im Hinblick auf die Frage, inwieweit China als verlängerte Werkbank bzw. als Innovationsstandort gesehen wird, ergibt sich je nach Gruppe ein sehr unterschiedliches Bild: Der Bevölkerung ist China in erster Linie als Produktionsstandort präsent, der häufig mit Diebstahl von Ideen und minderer Qualität der Produkte assoziiert wird. Erst auf explizite Nachfrage wird von der Hälfte der Befragten die Innovationskraft Chinas gesehen. Bei den Wirtschaftsentscheidern sind beide Bilder präsent, aber die Wahrnehmung scheint differenzierter zu sein. So reduzieren die Wirtschaftsentscheider China seltener auf den Produktionsstandort. Gleichzeitig wird China ebenfalls seltener als innovativ bezeichnet. Hier drängt sich die Vermutung auf, dass die Entscheider noch weitere Bilder, wie den Absatzmarkt Chinas, vor Augen haben. Für die befragten Politiker steht sehr deutlich das Bild Chinas als Innovationsstandort im Vordergrund. Ähnlich wie bei den Wirtschaftsentscheidern reduzieren nur 40 Prozent China auf den Produktionsstandort, der hier im Gegensatz zur Bevölkerung und den Wirtschaftsentscheidern häufiger mit schlechten Arbeitsbedingungen und geringen Umweltschutzauflagen assoziiert wird. Ein Großteil der Politiker schätzt China dafür als sehr innovativ ein.

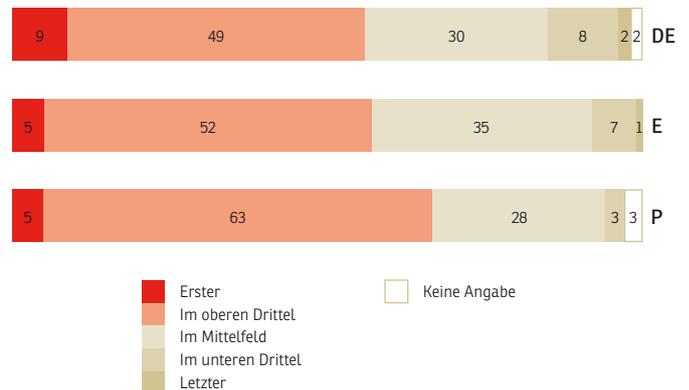
2.2.1 China als verlängerte Werkbank

Aufbauend auf dem ersten Resümee wird in dem vorliegenden Abschnitt die Wahrnehmung Chinas als Produktionsstandort bzw. verlängerte Werkbank tiefer gehend untersucht.

China als Produktionsstandort beliebt

Trotz der bereits beschriebenen negativen Assoziationen wird China aus Sicht der Befragten im internationalen Vergleich als guter Produktionsstandort mit einer weltweit führenden Stellung eingeschätzt. 58 Prozent der deutschen Bevölkerung sehen China als guten Produktionsstandort auf der ersten Position bzw. noch im oberen Drittel des weltweiten Vergleichs. Bei den Wirtschaftsentscheidern sagen dies 57 Prozent, bei den Politikern sogar 68 Prozent. Nur jeder Zehnte innerhalb der Bevölkerung würde Chinas Position als guter Produktionsstandort im unteren Drittel oder als Letzter vermuten, bei den Wirtschaftsentscheidern und Politikern sind es nochmal deutlich weniger. Diese Einschätzungen ändern sich auch dann nicht, wenn die Befragten mehr Kontakt zu China oder mehr Kenntnisse über China besitzen. Ähnlich wird die zukünftige Entwicklung in diesem Bereich bewertet. 49 Prozent der Bevölkerung gehen davon aus, dass sich

Abb. 101: China im internationalen Vergleich – guter Produktionsstandort



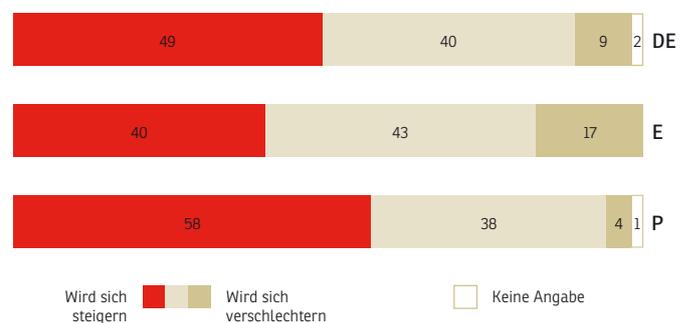
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Wie sehen Sie die Position Chinas im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (guter Produktionsstandort)
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt

China zukünftig als guter Produktionsstandort weiter steigern wird. Bei den Wirtschaftsentscheidern sind mit 40 Prozent etwas weniger Personen dieser Ansicht. Politiker hingegen sehen in diesem Bereich mit 58 Prozent deutlich häufiger noch Steigerungspotenzial für China. Es fällt dabei auf, dass besonders bei der Bevölkerung und den Politikern kaum jemand davon ausgeht, dass sich China in den nächsten Jahren bei seiner Position als Produktionsstandort verschlechtern wird. Die Wirtschaftsentscheider sehen dies mit 17 Prozent etwas kritischer und bei Entscheidern mit guten Chinakennntnissen sind sogar 30 Prozent dieser Meinung. Vor dem Hintergrund steigender Lohn- und damit Produktionskosten in China ist diese Einstellung der China-kenner nicht überraschend. Auf diesen Punkt wird weiter unten noch ausführlicher eingegangen.

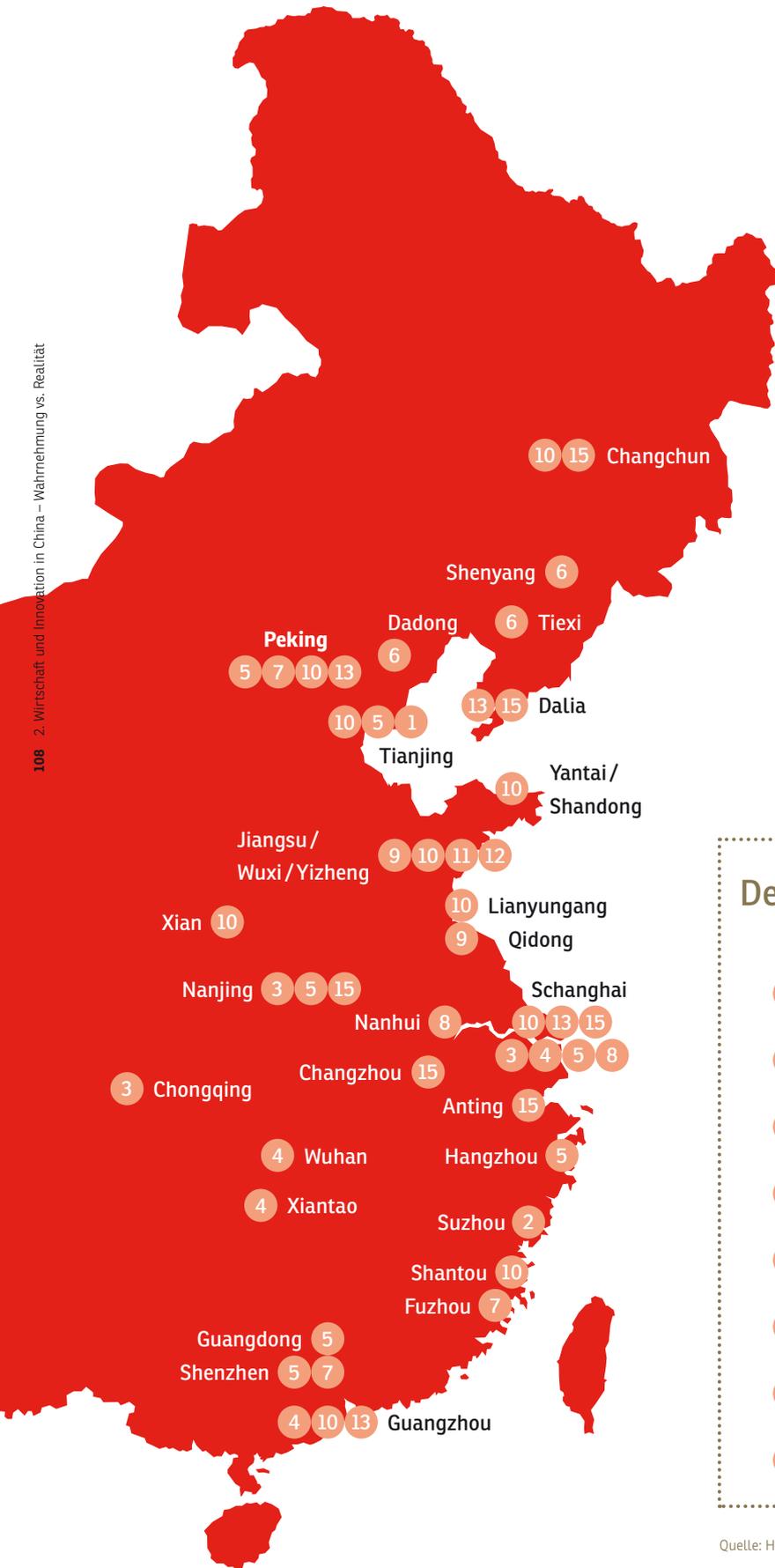
Folgt man externen Zahlen und Datenquellen, scheint China in der Tat ein starker Produktionsstandort zu sein. So ist das taiwanische Unternehmen Foxconn nach eigenen Angaben mit über einer Million Mitarbeitern der größte Auftragsfertiger der Welt und gleichzeitig der größte Exporteur in der Region Greater China (China, Hongkong, Taiwan) nach Stückzahlen. Spielzeughersteller wie Brio, Hasbro oder Zapf lassen beispielsweise in großen Mengen in China produzieren. So gut wie jeder Automobilhersteller in Deutschland unterhält gemäß eigenen Angaben eigene Produktionswerke in China, allen voran Volkswagen mit 48.000 Mitarbeitern oder der Zulieferer Continental mit 15.000 Mitarbeitern. Aber auch Unternehmen aus anderen Bereichen haben eigene Produktionswerke in China, wie beispielsweise Siemens mit 43.000 Mitarbeitern oder Bosch mit 21.000 Mitarbeitern. Dies spiegelt sich auch in den mit bisher 21 Milliarden Euro relativ hohen Investitionen deutscher Unternehmen in China wieder, während im Vergleich dazu das Investitionsvolumen Chinas in Deutschland noch unter 1 Milliarde Euro liegt (vgl. Deutsche Botschaft China 2012).

Die positive Bewertung und die Beliebtheit Chinas als Produktionsstandort werden auch in weiteren Ergebnissen der Studie bestätigt. So lassen 62 Prozent der Entscheider mit einer Geschäftsbeziehung zu China dort produzieren. Gut drei Viertel der Unternehmen arbeiten dabei mit einem externen Zulieferer zusammen, knapp die Hälfte verfügt sogar über einen eigenen Produktionsstandort vor Ort. Einige Unternehmen arbeiten somit sowohl mit einem eigenen Produktionsstandort als auch mit externen Zulieferern. Besonders hervorzuheben sind bei dieser Betrachtung die folgenden Ergebnisse: Mit 83 Prozent schätzen fast alle Befragten diese Geschäftsbeziehung als wichtig für ihren Unternehmenserfolg ein. Knapp zwei Drittel sind mit der Geschäftsbeziehung zufrieden. Hauptgründe hierfür sind die positive Geschäftsentwicklung (32 Prozent), die allgemein gute Zusammenarbeit (26 Prozent) und die Zuverlässigkeit (21 Prozent). Nur 15 Prozent der Wirtschaftsentscheider sind unzufrieden. Und auch hierfür sind die häufig vorgebrachten Gründe anzuführen: Genannt werden Unzuverlässigkeit sowie schlechte Qualität (jeweils 32 Prozent). Auffälligerweise schätzt diese Gruppe – Wirtschaftsentscheider, die in China produzieren – die technologische Innovationskraft Chinas etwas schlechter ein als das Gesamt der Wirtschaftsentscheider. Dieses Ergebnis hängt möglicherweise damit zusammen, dass hier in erster Linie Kontakt zu den reinen Produktionsstätten Chinas existiert und Entwicklungsaufgaben deshalb selten Bestandteil des Anforderungsprofils sind.

Abb. 102: Chinas zukünftige Entwicklung – guter Produktionsstandort



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? Wird sich China in den jeweiligen Bereichen steigern, gleich bleiben oder sich verschlechtern?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt



Deutsche Unternehmen in China

1 Airbus	9 Fresenius
2 Adidas	10 Henkel
3 BASF	11 Infineon
4 Beiersdorf	12 Osram
5 Bayer	13 SAP
6 BMW	14 Siemens
7 Daimler	15 VW
8 EBM-Pabst	

Quelle: Handelsblatt 2012

Negative Assoziationen mit dem Produktionsstandort China

Trotz dieser weitgehend positiven Einschätzung Chinas als Produktionsstandort werden gleichzeitig auch einige negative Aspekte mit China in diesem Kontext assoziiert.

Etwas mehr als die Hälfte aller Befragten gibt an, dass sie erwarten würden, dass chinesische Produkte unter niedrigen Standards produziert werden. Gerade das Thema Arbeitsbedingungen in China könnte durch die aktuelle Berichterstattung negativ in den Köpfen der Deutschen besetzt sein. So ist in letzter Zeit zum Beispiel das taiwanesisches Unternehmen Foxconn immer wieder mit negativen Schlagzeilen in den Medien. Besondere Aufmerksamkeit ist dem Unternehmen zuteil geworden, weil dort die neuen iPhones, die stellvertretend für eine hohe Qualität stehen, produziert werden und gleichzeitig schlechte Arbeitsbedingungen bei der Fertigung aufgedeckt wurden.

» Foxconn lässt 14-Jährige in Fabrik arbeiten «

www.sueddeutsche.de am 16.10.2012

» Foxconn-Mitarbeiter protestieren gegen Druck bei iPhone-Fertigung «

www.sueddeutsche.de am 06.10.2012

Aber auch bei der Qualität chinesischer Produkte werden Mängel vermutet, weshalb nur jeder Zehnte der Aussage zustimmt, dass chinesische Produkte von hoher Qualität sind. In dieser Bewertung zeigt sich, dass mit Produkten, die aus China kommen, keine Erwartungen an hohe Qualität verknüpft sind, wobei namhafte Hersteller dort produzieren lassen. Auch deutsche und bekannte Hersteller aus anderen Ländern sind hierunter zu finden, wie bereits erwähnt z. B. Apple, Volkswagen, BMW, Siemens, Continental etc.

Besonders viele Zustimmungswerte erhält die Aussage, dass in China bei der Herstellung von Produkten nicht so viel Wert auf Umweltschutz gelegt wird. Über 80 Prozent der Befragten stimmen dieser Aussage zu. Und 62 Prozent der Bevölkerung und gut die Hälfte der Wirtschaftsentscheider und Politiker denken, dass chinesische Produkte überdurchschnittlich viele Giftstoffe enthalten. Auch dieses Thema findet sich immer wieder in der Berichterstattung, speziell bei den eher sensiblen Bereichen Kinderspielzeug und Lebensmittel, und hat dadurch eine besonders hohe Präsenz. Zuletzt sorgten belastete Erdbeeren aus China für eine wochenlange Berichterstattung und eine detaillierte Auseinandersetzung mit dem Thema in der Öffentlichkeit.

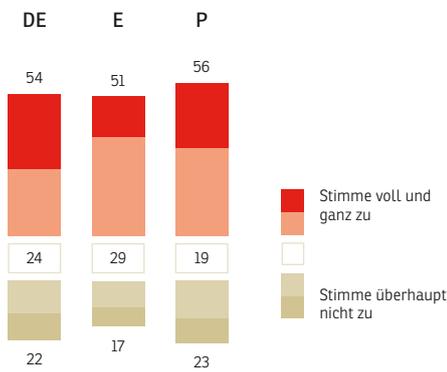
Ein Auszug einer auf RP Online gesammelten Liste von stark belasteten Produkten aus China:

- **Mai 2004** Das Pasteur-Institut in Madagaskar entdeckt in Jo-Jos aus China eine Flüssigkeit, in der große Mengen Fäkalbakterien enthalten sind.
- **2006 – 2007** Spuren des krebserregenden Industrie-Farbstoffs Sudan IV werden in zahlreichen Produkten von Kosmetik über Geflügel bis hin zu Chilipulver gefunden.
- **März 2007** In den USA wird nach dem Tod von mehr als 4.000 Hunden und Katzen Tierfutter vom Markt genommen. Es enthielt Weizen- und Reiserivate aus China, denen zur Vortäuschung eines hohen Proteingehalts Melamin beigefügt wurde.
- **Juni 2007** In mehreren Ländern wird Zahnpaste aus China vom Markt genommen, in der Frostschutzmittel entdeckt wurde. Nach dem Bekanntwerden dutzender Todesfälle in Lateinamerika verbietet China die Verwendung des Produkts.
- **Juni 2007** In den USA nimmt der Händler Thomas and Friends 1,5 Millionen Spielzeugeisenbahnen aus Holz vom Markt. Die Züge sind mit bleihaltiger Farbe bemalt.
- **August 2007** In der bislang größten Rückrufaktion nimmt das US-Unternehmen Mattel 18 Millionen Spielzeuge aus China zurück, die mit bleihaltiger Farbe verziert sind. Dazu zählen Barbie-Puppen und kleine Autos.
- **November 2007** Vier Millionen Spielzeugkisten mit selbstklebenden Plastikugeln werden vom Markt genommen, weil der Klebstoff giftig ist.
- **September 2008** Vier Babys in China sterben an Milchpulver, dem Melamin beigemischt wurde. Mehr als 6.200 weitere Kinder sind erkrankt, Milchprodukte mehrerer chinesischer Fabrikanten werden aus den Regalen genommen.
- **September 2008** Laut französischen Presseberichten verursachten Sessel und Sofas aus China bei mehreren Franzosen einen schweren Hautausschlag. Die Allergie soll durch ein Pulver ausgelöst worden sein, das der Hersteller zum Schutz vor Feuchtigkeit in die Sitzmöbel einarbeitete.

(Quelle: RP Online 2012b)

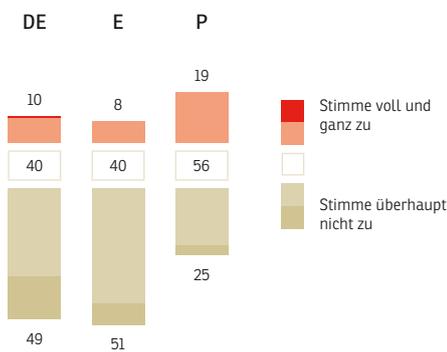
Ein Punkt, der die Wahrnehmung Chinas besonders stark prägt, ist die Einschätzung, dass chinesische Unternehmen Ideen und Erfindungen ausspionieren und westliche Produkte kopieren. So stimmen über 80 Prozent aller Befragten diesen beiden Aussagen zu. Wie stark dies das Image Chinas dominiert, zeigen auch die bereits beschriebenen Assoziationen zu China und Wirtschaft, in denen Entsprechendes von knapp einem Drittel der Befragten spontan genannt wird. So geben sogar auch 14 Prozent der in der

➤ **Abb. 103: Von chinesischen Produkten erwarte ich, dass diese unter niedrigen Standards produziert werden**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen/Unternehmer/Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben.
 Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. weiß nicht/keine Angabe

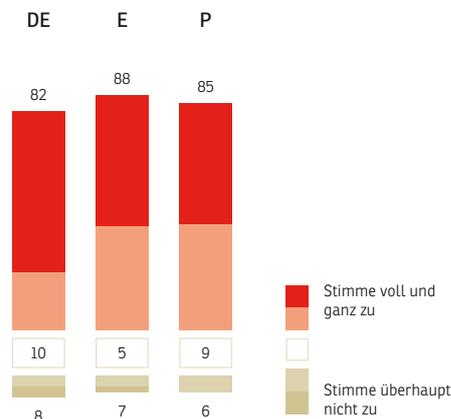
➤ **Abb. 104: Chinesische Produkte sind von hoher Qualität**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen/Unternehmer/Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben.
 Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. weiß nicht/keine Angabe

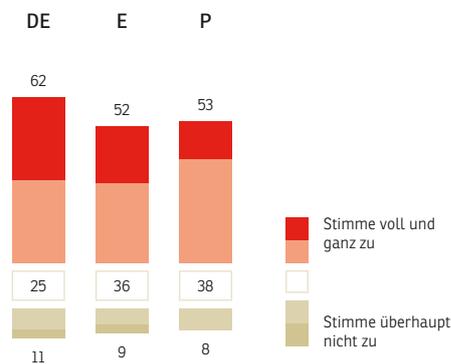
Studie befragten Wirtschaftsentscheider, die mit ihrer Geschäftsbeziehung zu China unzufrieden sind, als Gründe Spionage/Plagiate an. Gemäß einer Studie des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. sagen 72 Prozent von Plagiaten betroffener Unternehmen, dass die Herkunft des jeweiligen Plagiats China ist. Interessanterweise folgt Deutschland gleich an zweiter Stelle, wobei hier Deutschland nur von 26 Prozent der Unternehmen genannt wird (vgl. VDMA, in: brand eins Wissen 2012).

➤ **Abb. 105: In China wird bei der Herstellung von Produkten nicht so viel Wert auf Umweltschutz gelegt**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen/Unternehmer/Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben.
 Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.

➤ **Abb. 106: Chinesische Produkte enthalten überdurchschnittlich viele Giftstoffe**

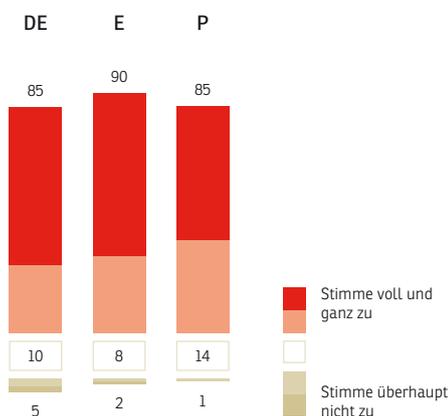


Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen/Unternehmer/Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben.
 Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. weiß nicht/keine Angabe

Trotz dieser zum Teil sehr stark negativen Bewertungen in Bereichen, die eigentlich auch Auswirkungen auf die Qualität des Produktionsstandorts China haben müssten, wird interessanterweise China als Produktionsstandort dennoch als führend angesehen. Die Wahrnehmung Chinas in diesem Bereich scheint also sehr ambivalent zu sein. Ein möglicher Erklärungsansatz wäre, dass die Deutschen bei in China produzierten Produkten unterscheiden, ob diese von deutschen bzw. westlichen Unter-

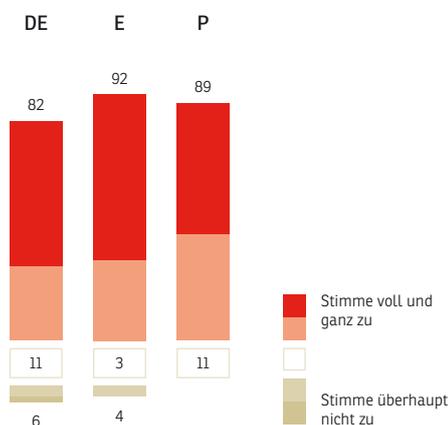
nehmen in China hergestellt bzw. in Auftrag gegeben werden oder von chinesischen. Diese Differenzierung kann von der Annahme herrühren, dass deutsche Unternehmen vor Ort einen höheren Maßstab als die einheimischen Unternehmen anlegen und höhere Qualitätsstandards gewährleisten. Möglicherweise dominieren aber auch die günstigen Produktionsbedingungen bei den Vorteilen so stark, dass diese negativen Bewertungen angesichts dessen aus Sicht der Befragten zu vernachlässigen sind.

➤ **Abb. 107: Chinesen kopieren häufig westliche Produkte**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen / Unternehmer / Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.

➤ **Abb. 108: Viele Deutsche haben Angst, dass China Ideen und Erfindungen ausspioniert**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Einstellungen vor, die andere Personen / Unternehmer / Politiker uns in Bezug auf China im Zusammenhang mit Wirtschaft genannt haben. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. weiß nicht / keine Angabe

Steigende Produktionskosten

Ein interessantes Ergebnis bei der Einschätzung der zukünftigen Entwicklung Chinas als Produktionsstandort ist, dass 17 Prozent der Entscheiderangaben, dass sich dieser verschlechtern wird. Ein möglicher Grund für diese Einschätzung ist in den steigenden Lohnkosten zu sehen, wodurch sich auch die Produktionskosten für westliche Unternehmen in China erhöhen werden. Christina Otte, China-Expertin bei der Außenhandelsagentur GTAI, sagt hierzu: „Steigende Löhne und neue Umweltauflagen in China bewirken, dass die Volksrepublik ihren Status als Billiglohnland zunehmend einbüßt“ (vgl. FTD 2012). Seit 2000 steigen die Lohn- und Gehaltskosten in China gemäß GTAI um real durchschnittlich 10 Prozent pro Jahr (vgl. GTAI 2011). Diese Steigerung der Lohnkosten illustriert das Beispiel der Entwicklung der durchschnittlichen Bruttomonatslöhne städtischer Arbeiter: Diese stiegen von 160 US-Dollar im Jahr 2004 mit jährlichen Steigerungsraten zwischen 12 und 19 Prozent auf 446 US-Dollar im Jahr 2010. Damit ist die Produktion in China zwar immer noch deutlich günstiger als beispielsweise in Deutschland, allerdings zeigen die Steigerungsraten steil nach oben.

◆ Abb. 109: Entwicklung der durchschnittlichen Bruttomonatslöhne städtischer Arbeiter

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nominal (in RMB)	1.335	1.530	1.750	2.078	2.408	2.687	3.045
Nominal (in US-\$)	160	187	220	273	347	393	446
Veränderung (in %) *	14,1	14,6	14,4	18,7	15,9	11,6	13,3

* Im Vergleich zum Vorjahr auf RMB-Basis
Quelle: GTAI 2011

Diese Entwicklung kann auf verschiedene Ursachen zurückgeführt werden. Zum einen ist ein Ziel des aktuellen Fünfjahresplans der chinesischen Regierung, die Lücke zwischen Arm und Reich stärker zu schließen. Dies soll insbesondere durch die Steigerung der Löhne von Arbeitern erreicht werden. Gemäß dem Report von KPMG gehen einige Analysten von einer Steigerung der Mindestlöhne um 13 Prozent innerhalb eines Jahres aus (vgl. KPMG 2011).

Zum anderen liegen gemäß der GTAI Ursachen für steigende Lohnkosten auch in dem starken Wirtschaftswachstum Chinas, dem anhaltenden Zufluss von Auslandsinvestitionen sowie in der Verlagerung von immer mehr regionalen Headquarters in die Volksrepublik. Darüber hinaus drängen immer mehr chinesische Unternehmen auf ausländische Märkte und benötigen hierfür gut ausgebildetes Personal (vgl. GTAI 2011).

Aber auch gesellschaftliche Veränderungen in China tragen gemäß GTAI nicht nur zu den steigenden Lohnkosten bei, sondern machen auch insgesamt den Standort China für kostengünstige Produktionen unattraktiver. Waren früher die Wanderarbeiter in jeder gewünschten Anzahl verfügbar, so drängen mittlerweile Arbeitskräfte auf den Markt, die überwiegend gut ausgebildet sind. Sie sind in der Zeit des raschen wirtschaftlichen Aufstiegs Chinas aufgewachsen und haben das karge Leben früherer Generationen nicht mehr kennengelernt. Zudem werden die Folgen der Anfang der 1980er eingeführten 1-Kind-Politik in der Generation der Berufsanfänger immer deutlicher spürbar – in den nächsten Jahren werden dadurch immer weniger Arbeitnehmer ins Berufsleben eintreten. Die Ansprüche der jungen Generationen sind darüber hinaus sehr viel höher als früher. Dies betrifft nicht nur das Einkommen, sondern auch alle anderen Aspekte der Arbeitswelt wie Aufstiegsmöglichkeiten, saubere Arbeitsplätze oder interessante Tätigkeiten. Gleichzeitig wird es für Firmen immer schwieriger, Personal für längere Zeit an das Unternehmen zu binden, da die Loyalität zu einem Arbeitgeber immer geringer wird (vgl. GTAI 2011).

Gemäß GTAI schauen sich die Unternehmen zunehmend nach anderen Produktionsstandorten in Asien um. Vor allem die lohnkostenintensive Textilindustrie ist teilweise in andere asiatische Länder, die günstiger als China produzieren, abgewandert. So konnte beispielsweise Vietnam seine Exporte in die EU, die überwiegend aus Bekleidung und Schuhen bestehen, im 1. Halbjahr 2012 um gut ein Viertel zum Vorjahr steigern (vgl. GTAI 2012b). Gemäß einer Studie der Europäischen Handelskammer und Roland Berger ist China derzeit jedoch in Bezug auf die verfügbare Infrastruktur und die Lieferketten anderen asiatischen Ländern weit voraus (Europäische Handelskammer 2012).

Zahlreiche Produktionsstätten sind an der Ostküste Chinas u. a. aufgrund der besseren Infrastruktur angesiedelt. Da diese stark von den sogenannten Mega-Citys geprägt sind, wirken sich die oben beschriebenen Folgen dort besonders stark aus. In den Mega-Citys geht die Entwicklung Chinas mit einer ungleich größeren Geschwindigkeit voran. Die vielen, zum Teil sehr guten Universitäten (vgl. ARWU 2010) lassen die Zahl der gut ausgebildeten Absolventen steigen, die entsprechend höhere Ansprüche an den Lebensstandard und den Arbeitsplatz haben, weshalb die einfache Produktion hier kaum mehr Platz findet. Diese Problematik sieht auch die chinesische Regierung. So wird gemäß dem aktuellen Fünfjahresplan der eher ländlich geprägte Westen Chinas zunehmend zu Standorten mit optimalen Produktionsbedingungen ausgebaut. Entsprechende Infrastrukturmaßnahmen werden bereits eingeleitet (vgl. KPMG 2011). In einer eigenen Untersuchung kommt Roland Berger auch zu dem Schluss, dass in China speziell in den Küstenregionen ein Wandel von einfachen Arbeiten hin zu hochwertigen und wertschöpfenden Produktionen stattfindet. So verlagern einige Unternehmen ihre Produktion bereits ins Landesinnere oder in andere Länder (vgl. Roland Berger 2011a). Die Ostküste mit den Mega-Citys hingegen soll zunehmend zur Innovationsschmiede Chinas ausgebaut werden (vgl. KPMG 2011).

2.2.2 China als Innovationsführer

Nachdem untersucht wurde, inwieweit die Deutschen China als Produktionsstandort bzw. verlängerte Werkbank ansehen und wie dies bewertet wird, soll in diesem Abschnitt näher darauf eingegangen werden, inwieweit China als Innovationsstandort wahrgenommen wird. Auch hier werden wieder offizielle Zahlen und Statistiken zusätzlich zur Analyse herangezogen.

Gemäß dem aktuellen Fünfjahresplan beabsichtigt die chinesische Regierung, China weiter als weltweit anerkannten Innovationsstandort zu etablieren (vgl. KPMG 2011). Dies war auch schon ein wichtiger Bestandteil der beiden vorherigen Fünfjahrespläne. So möchte sich das Land – bildlich gesprochen – von der Werkbank der Welt zum Labor der Welt entwickeln. Zukünftiger und anhaltender Wohlstand kann nach Ansicht der chinesischen Regierung nur durch intensive Forschung & Entwicklung und die daraus entstehenden Innovationen garantiert werden. Demnach sollen die F&E-Ausgaben auf 2,2 Prozent des BIP sukzessive angehoben und Schlüsselbereiche wie IT, Umweltschutz und wissenschaftliche Forschung mit Mitteln unterstützt werden (vgl. KPMG 2011).

Diese Pläne Chinas sind bereits in vielen Entwicklungen des Landes feststellbar: In den letzten Jahren haben sich die F&E-Ausgaben der chinesischen Regierung stetig erhöht. Lagen die Ausgaben im Jahr 1996 noch bei 0,6 Prozent des BIP, hatten sie 2008 bereits einen Anteil von 1,5 Prozent. Auch die Zahl der Wissenschaftler sowie inländische Patentanmeldungen sind signifikant über die letzten Jahre gestiegen. Gab es im Jahr 1996 447 Wissenschaftler auf eine Million Einwohner, hat sich diese Zahl bis 2008 mit 1.199 Wissenschaftlern mehr als verdoppelt. Bei den inländischen Patentanmeldungen konnte sich China ebenfalls sehr stark steigern: Im Jahr 1995 fielen auf eine Million Einwohner acht inländische Patentanmeldungen, im Jahr 2009 waren es bereits 172. Auch die Zahl der wissenschaftlichen Veröffentlichungen hat sich deutlich erhöht. So hatte China im Jahr 2000 einen Anteil von 4,7 Prozent an allen Veröffentlichungen, im Jahr 2009 waren es bereits 11,9 Prozent, was einer Veränderung von 151 Prozent entspricht.

➤ Abb. 110: Ausgaben für Forschung & Entwicklung (in Prozent des BIP)

Jahr	Prozent des BIP
1996	0,6
2000	0,9
2005	1,3
2008	1,5

➤ Abb. 111: Wissenschaftler im Bereich Forschung & Entwicklung (je Millionen Einwohner)

Jahr	Anzahl Wissenschaftler
1996	447
2000	548
2005	856
2008	1.199

➤ Abb. 112: Inländische Patentanmeldungen (je Millionen Einwohner)

Jahr	Inländische Patentanmeldungen
1995	8
2000	20
2005	72
2009	172

Quelle: Statistisches Bundesamt 2012a

➤ Abb. 113: Anteil Chinas an allen wissenschaftlichen Veröffentlichungen (in Prozent)

Jahr	Wissenschaftliche Veröffentlichungen
2000	4,7
2009	11,9

Quelle: Web of Science 2012

Die Resultate dieser Bestrebungen spiegeln sich bereits in einer vorderen Position Chinas im Rahmen eines internationalen Rankings zur Innovationsfähigkeit und Innovationsleistung von 141 Ländern wider. Dieses wurde im Rahmen einer gemeinsamen Initiative der internationalen Strategieberatung Booz & Company, der Business School INSEAD, Alcatel-Lucent, der Confederation of Indian Industry und der World Intellectual Property Organization erarbeitet. Auf dem Global Innovation Index (GII) wird China klar im oberen Drittel, nämlich auf Platz 34, eingestuft. Deutschland nimmt im Vergleich dazu Rang 15 ein. Ergänzend zur Rangliste des GI zeigt der Global Innovation Efficiency Index, in welchen Ländern es am besten gelingt, Innovations-Inputs in konkrete Innovationsergebnisse umzusetzen. Diese Rangliste wird von China und Indien angeführt. Der Studie zufolge könnte China sein enormes Potenzial noch besser ausschöpfen, wenn es seine Infrastruktur, insbesondere bezüglich der Kommunikationstechnologie, weiter verbessert (vgl. Booz & Company 2012).

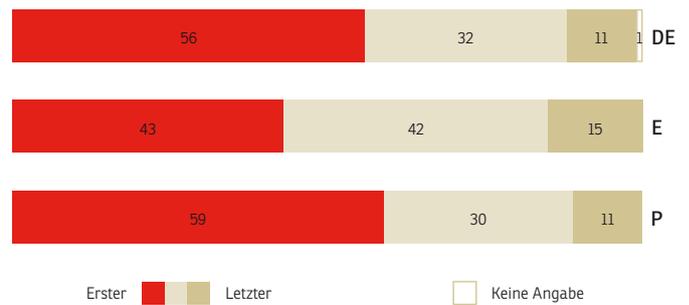
Ob sich diese Entwicklung auch in der Wahrnehmung der Deutschen zur Innovationsleistung Chinas wiederfindet, wird in den nächsten Abschnitten untersucht. Um die Wahrnehmung der Deutschen von der Innovationsführerschaft Chinas differenzierter messen zu können, wurden in der Befragung neben der technologischen Innovationskraft Chinas die Aspekte Erfindungsreichtum und Anmeldung von Patenten bzw. Schutzrechten erfasst.

Technologische Innovationskraft und Erfindungsreichtum

Zunächst wird nun näher auf die Aspekte technologische Innovationskraft und Erfindungsreichtum eingegangen. Gut die Hälfte der Bevölkerung und der Politiker sieht Chinas technologische Innovationskraft als weltweit führend (Erster oder im oberen Drittel) an. Interessanterweise sind gerade die Wirtschaftsentscheider mit 43 Prozent etwas zurückhaltender in ihrer Beurteilung. Diese Einschätzungen ändern sich auch dann nicht, wenn die Befragten mehr Kontakt zu China oder mehr Kenntnisse über China besitzen. Alle drei Gruppen sind sich jedoch darüber einig, dass China in Zukunft auf dieser Dimension weiter zulegen wird. Dies sagen 71 Prozent der Bevölkerung, 70 Prozent der Wirtschaftsentscheider und sogar 84 Prozent der Politiker.

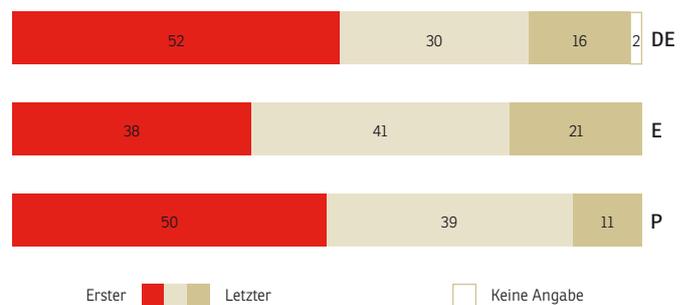
Ein ähnliches Bild ergibt sich in der Einschätzung der internationalen Position Chinas beim Erfindungsreichtum. Auch hier sieht die Hälfte der Bevölkerung und der Politiker China im weltweiten Vergleich auf Position eins oder im oberen Drittel. Bei den Entscheidern sind es mit 38 Prozent wieder etwas weniger. Bei der zukünftigen Entwicklung sind zwar die Werte nicht ganz so hoch wie bei der technologischen Innovationskraft, aber auch hier geht gut die Hälfte der Befragten davon aus, dass sich China in diesem Bereich zukünftig steigern wird.

➤ Abb. 114: China im internationalen Vergleich – technologische Innovationskraft



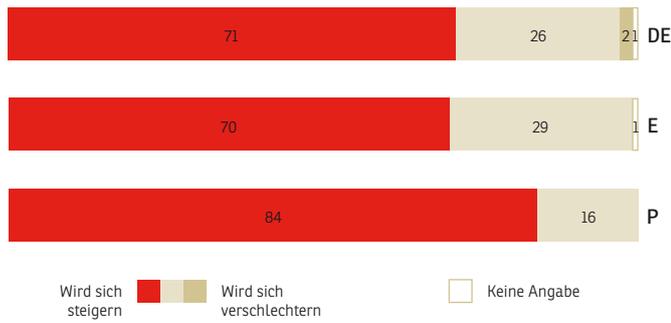
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Wie sehen Sie die Position Chinas im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Technologische Innovationskraft)

➤ Abb. 115: China im internationalen Vergleich – Erfindungsreichtum



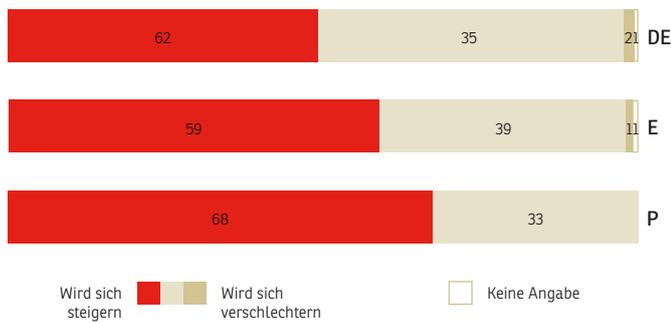
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Wie sehen Sie die Position Chinas im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Erfindungsreichtum)

➤ **Abb. 116: Chinas zukünftige Entwicklung – technologische Innovationskraft**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? Wird sich China in den jeweiligen Bereichen steigern, gleich bleiben oder sich verschlechtern?

➤ **Abb. 117: Chinas zukünftige Entwicklung – Erfindungsreichtum**



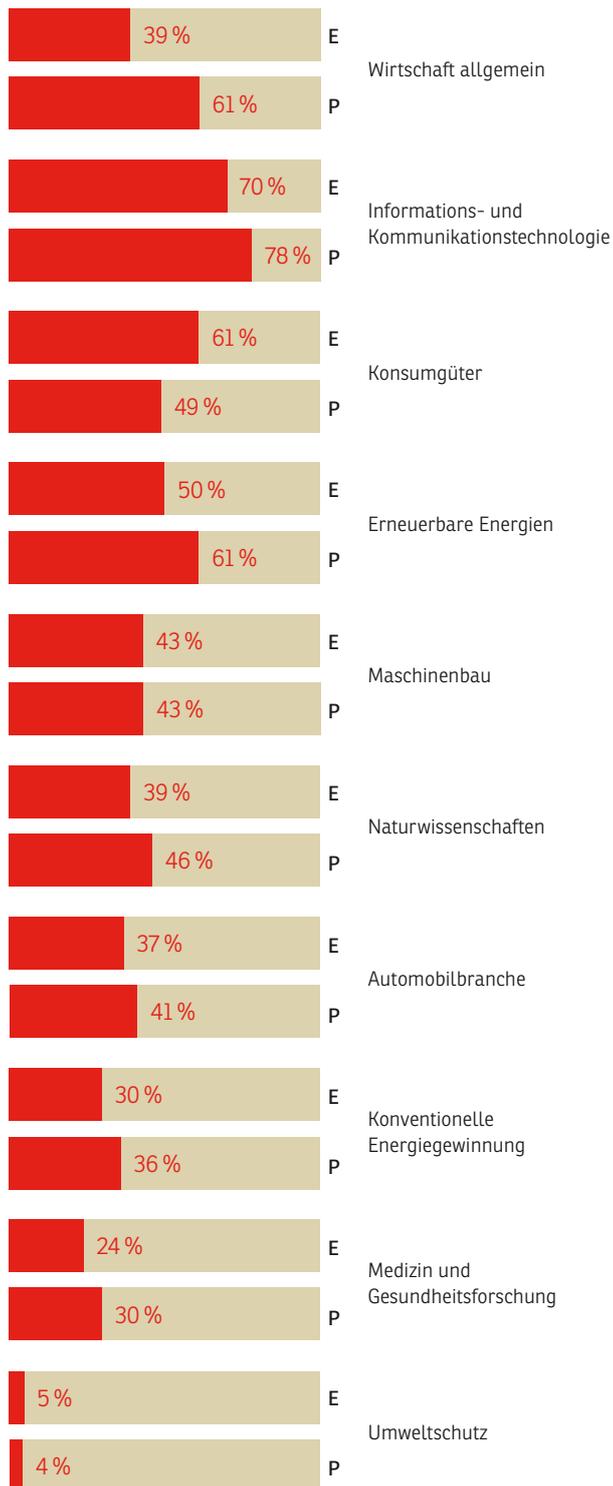
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? Wird sich China in den jeweiligen Bereichen steigern, gleich bleiben oder sich verschlechtern?
Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt

Einschätzung der Innovationskraft der Wirtschaftszweige und Unternehmen in China

Die chinesische Wirtschaft allgemein wird nur von 39 Prozent der deutschen Wirtschaftsentscheider, aber von 61 Prozent der Politiker als innovativ wahrgenommen. Je nach Wirtschaftszweig ergeben sich hierbei deutliche Unterschiede: So wird die Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) als besonders innovativ eingeschätzt. 70 Prozent der Wirtschaftsentscheider und sogar 78 Prozent der Politiker sagen, dass diese Branche (sehr) innovativ ist. Hierauf folgen die Konsumgüterbranche sowie die erneuerbaren Energien. Maschinenbau und Naturwissenschaften sind auf Platz vier bzw. fünf. Dem Bereich Umweltschutz wird die geringste Innovationskraft beigemessen. Die Ergebnisse der Studie „Chinese Champions“ von der Technischen Universität München bestätigen, dass die Elektronikindustrie (inklusive IKT), die Automobilindustrie, die Maschinenbauindustrie sowie die Solarindustrie in der Tat die beim Thema Innovationen führenden Bereiche sind (vgl. TUM 2012).

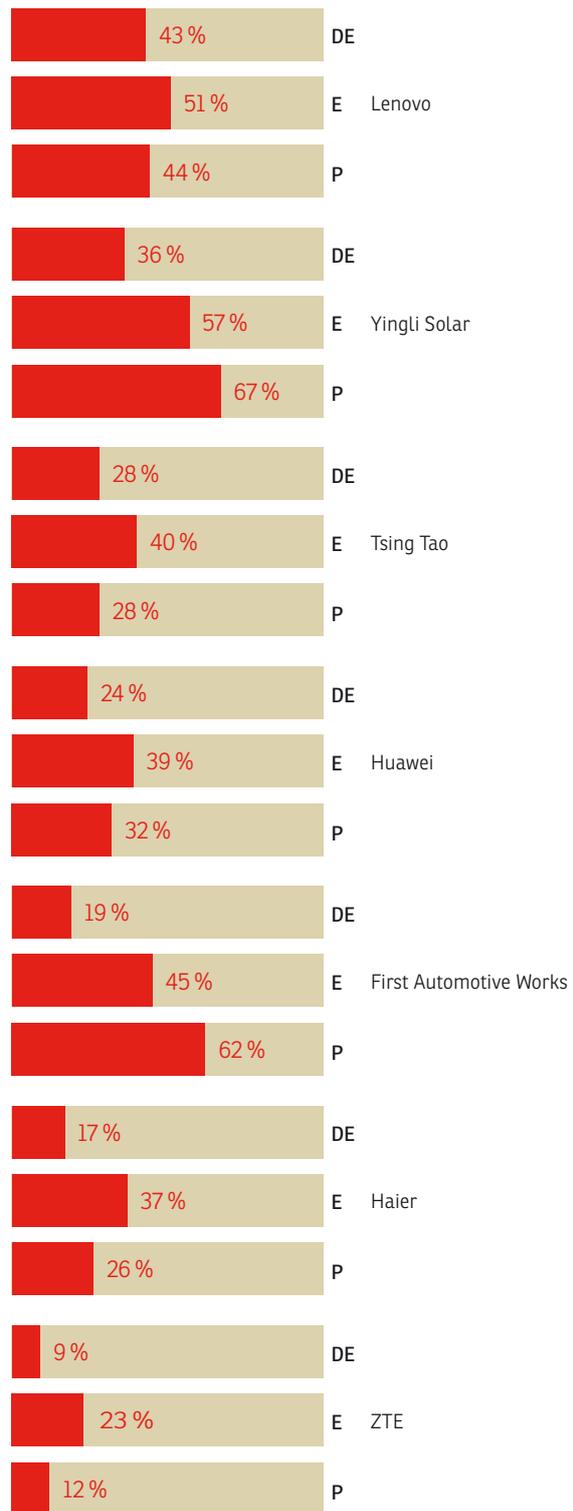
Obwohl China als Innovationsstandort durchaus wahrgenommen wird, ist die Bekanntheit international operierender und führender chinesischer Unternehmen, von denen manche das Thema Innovationen sehr stark vorantreiben, noch gering. Gerade in der Bevölkerung sind die jeweiligen Unternehmen bei weniger als der Hälfte der befragten Personen bekannt. Der PC-Hersteller Lenovo und der Photovoltaik-Hersteller Yingli Solar zählen dabei in allen drei befragten Gruppen zu den drei bekanntesten Unternehmen. Innerhalb der deutschen Bevölkerung ist mit 28 Prozent zudem die Brauerei Tsing Tao unter den drei bekanntesten Unternehmen, bei den Wirtschaftsentscheidern und bei den Politikern der Automobilkonzern First Automotive Works (45 bzw. 62 Prozent). Dass Lenovo und Yingli Solar zu den bekannteren Unternehmen gehören, ist nicht weiter verwunderlich, da Lenovo der drittgrößte PC-Hersteller der Welt ist und mit der Übernahme der Medion AG in der Öffentlichkeit präsent war. Yingli Solar ist als Sponsor des FC Bayern und mit stark internationaler Ausrichtung in Deutschland ebenfalls verhältnismäßig stark präsent. So hat der deutsche Markt bei Yingli Solar einen Anteil von 56 Prozent am Gesamtumsatz (vgl. TUM 2012). Erstaunlich ist jedoch, dass beispielsweise Huawei als weltweit zweitgrößter Netzwerkanbieter und einer der größten Patentanmelder der Welt auf eine eher mittlere bis geringe Bekanntheit in Deutschland stößt.

➤ Abb. 118: Technologische Innovationskraft nach Branchen



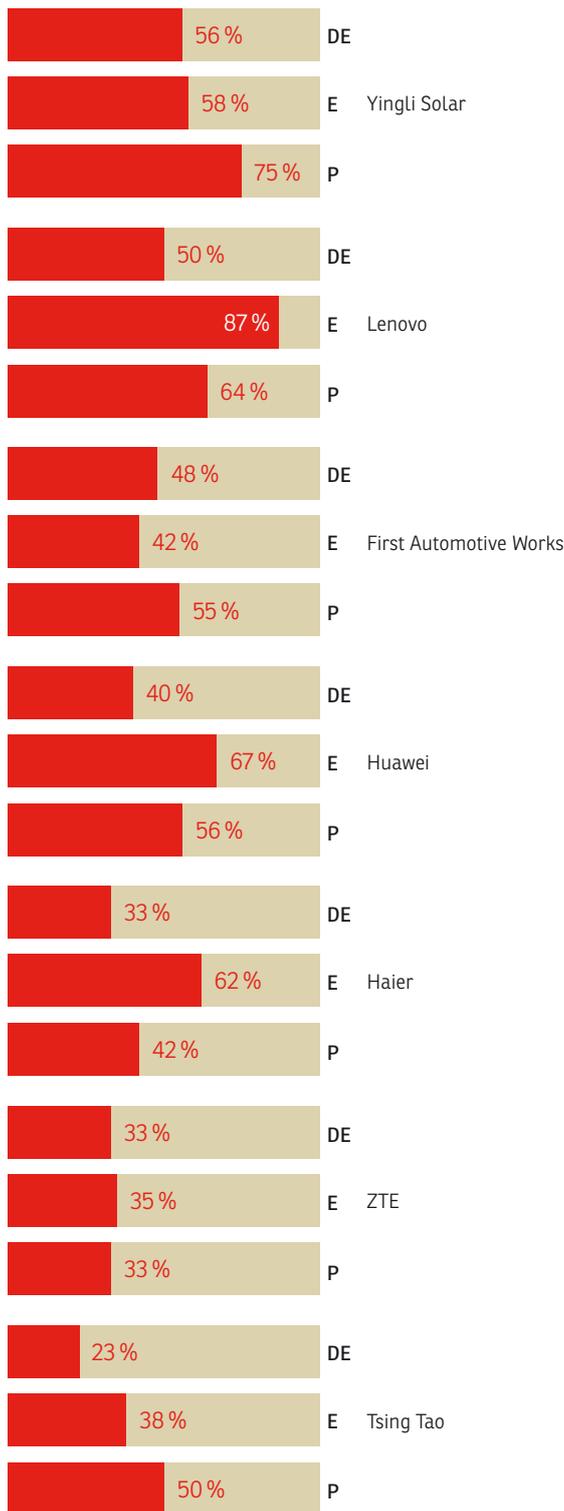
Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Wenn Sie jetzt nun einmal an Innovationen denken. In welchen Bereichen sehen Sie China in einer innovativen Rolle? (Top-2-Angaben)

➤ Abb. 119: Bekanntheit von Unternehmen



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Im Folgenden geht es um chinesische Marken bzw. Unternehmen. Welche der folgenden Marken bzw. Unternehmen kennen Sie, haben zumindest davon schon gehört oder sind Ihnen gänzlich unbekannt?

➤ Abb. 120: Innovationskraft chinesischer Unternehmen



Basis: Jeweiliges Unternehmen ist bekannt, Top-2-Werte (Skala: 1 Erster, 2 Im oberen Drittel, 3 Im Mittelfeld, 4 Im unteren Drittel, 5 Letzter)
Frage: Als wie innovativ schätzen Sie die folgenden Unternehmen ein?

Auch bei der Einschätzung der verschiedenen chinesischen Unternehmen in Bezug auf ihre Innovationskraft werden wieder Lenovo und Yingli Solar am besten bewertet. Huawei sehen immerhin 67 Prozent der Wirtschaftsentscheider als innovativ an, aber nur 40 Prozent der Bevölkerung und 56 Prozent der Politiker.

Anmeldung von Patenten bzw. Schutzrechten

Ein weiterer zentraler Indikator, der die Innovationskraft eines Landes darstellt, ist die Zahl der angemeldeten Patente bzw. Schutzrechte. Um den Schutz von geistigem Eigentum zu gewährleisten, gibt es unterschiedliche Schutzrechte. Je nach Bedarf bieten sich verschiedene Möglichkeiten an, geistiges Eigentum zu schützen, abhängig davon, um welche Art von geistigem Eigentum es sich handelt. Patente, Gebrauchsmuster und Markenrechte gehören zu den wichtigsten Schutzrechten: Patente sind im Vergleich zu Gebrauchsmustern kosten- und forschungsintensiver, bieten dafür aber auch einen umfangreicheren Schutz. Markenrechte sind bestimmte Zeichen, die ein Produkt oder eine Dienstleistung eindeutig einem Unternehmen zuordnen lassen. Damit eignet sich dieses Schutzrecht, um Markennamen zu schützen (vgl. TUM 2012).

Gemäß der Studie „Chinese Champions“ der Technischen Universität München gehören einige chinesische Unternehmen zu den weltweit größten Anmeldern von Schutzrechten (vgl. TUM 2012). Bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) lag beispielsweise Huawei im Jahr 2011 mit 1.831 Anmeldungen bei Unternehmen mit den meisten internationalen Schutzrechtsanmeldungen auf dem dritten Platz (vgl. WIPO 2012). Im Ranking der Unternehmen mit den meisten Schutzrechtsanmeldungen in den Jahren 1978 bis 2011 ist Huawei auf Platz neun. Das Unternehmen verzeichnet in den letzten Jahren ein sehr hohes Wachstum bei den Anmeldungen von Schutzrechten. Aber nicht nur Einzelunternehmen, sondern China insgesamt kann sehr hohe Zuwachsraten bei der Anmeldung von Schutzrechten vorweisen. So hat China laut der Studie der TUM bei der Schutzrechtsanmeldung von 2006 bis 2011 um 19,9 Prozent zugelegt (vgl. TUM 2012).

Huawei – unter den Top 2 der Netzwerkausrüster weltweit

Steigerung der F&E-Ausgaben. 2008 1,2 Milliarden Euro, 2009 1,6 Milliarden Euro, 2010 1,9 Milliarden Euro. Huawei investiert jährlich 9 Prozent seines Umsatzes in F&E. F&E-Abteilungen mit 51.000 Mitarbeitern betragen 46 Prozent der Gesamtbelegschaft (2010). Unter den Patentanmeldungen (49.000 bis 2010) fast ausschließlich echte Patente, selten Gebrauchsmuster. Starker Anstieg von Schutzrechten außerhalb Chinas (vgl. TUM 2012).

Haier – will 2015 zu den Top 5 der Haushaltsgerätehersteller gehören

F&E-Ausgaben bei 6 Prozent des Umsatzes (2008 0,8 Milliarden Euro, 2009 0,9 Milliarden Euro, 2010 1,0 Milliarden Euro), weltweit sechs Research-Center, neun Global Design Center, 16 Global Information Center. Nach eigenen Angaben bisher über 10.000 Patentanmeldungen, bei Schutzrechten insgesamt waren 2005 bis 2007 über 50 Prozent echte Patente (vgl. TUM 2012).

Lenovo – drittgrößter PC-Hersteller weltweit

Anteil der F&E-Ausgaben am Gesamtumsatz steigend (2009: 1,2 Prozent, 2010 1,7 Prozent, 2011 1,8 Prozent), weltweit fünf Forschungszentren, über 1.700 Ingenieure und mehr als 2.000 Patente, seit 2002 jährlich ca. 400 angemeldete Patente und Gebrauchsmuster mit einem hohen Anteil an echten Patenten (vgl. TUM 2012).

FAW – verkaufte 2010 2,6 Millionen Fahrzeuge

Zwischen 2000 und 2006 hat FAW 750 Millionen Euro in F&E investiert. Im Jahr 2001 meldete FAW nur drei Schutzrechte an, im Jahr 2007 waren es bereits 150. Anteil von echten Patenten liegt bei 25 Prozent (vgl. TUM 2012).

Gemäß der WIPO hat die Anmeldung von Schutzrechten insgesamt mit 181.900 internationalen Schutzrechtsanmeldungen im Jahr 2011 einen neuen Rekord erreicht. Dies bedeutet gegenüber 2010 ein Wachstum von 10,7 Prozent und ist damit das stärkste Wachstum seit 2005. China, Japan und die USA sind für 82 Prozent des Gesamtwachstums verantwortlich. China liegt direkt hinter Deutschland mit 16.406 internationalen Schutzrechtsanmeldungen und damit auf Platz vier. Die Schutzrechtsanmeldungen aus China konzentrieren sich stark auf den Bereich digitale Informations- und Kommunikationstechnologien, ca. ein Drittel aller internationalen Patentanmeldungen kommt aus diesem Bereich (vgl. WIPO 2012).

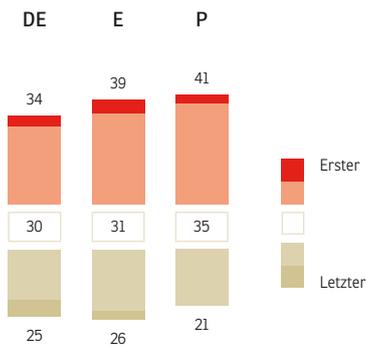
Laut dem Europäischen Patentamt lag China im Jahr 2011 mit 16.946 Schutzrechtsanmeldungen für den Europäischen Markt nach den USA, Japan und Deutschland ebenfalls an vierter Stelle und hat einen Anteil von 6,9 Prozent an allen Schutzrechtsanmeldungen (vgl. EPO 2012a). Davon wurden insgesamt 12.750 Schutzrechte gewährt (vgl. EPO 2012a).

➤ **Abb. 121: Anzahl internationaler Anmeldungen von Schutzrechten 2011**

USA	48.586
Japan	38.888
Deutschland	18.586
China	16.406

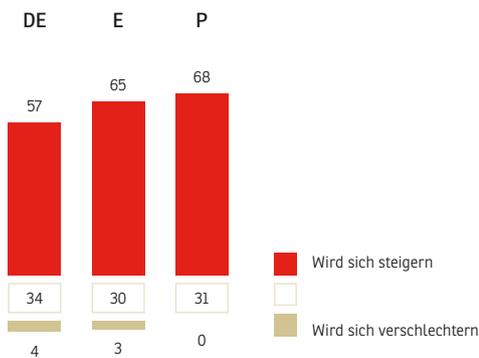
Quelle: WIPO 2012

➤ **Abb. 122: China im internationalen Vergleich – Anmeldung von Patenten**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Wie sehen Sie die Position Chinas im internationalen Vergleich hinsichtlich folgender Punkte? (Anmeldung von Patenten)
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. weiß nicht / keine Angabe

➤ **Abb. 123: Chinas zukünftige Entwicklung – Anmeldung von Patenten**



Basis: Deutsche Bevölkerung (DE) n=1.000, Wirtschaftsentscheider (E) n=170, Politiker (P) n=80
 Frage: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Bereiche ein? Wird sich China in den jeweiligen Bereichen steigern, gleich bleiben oder sich verschlechtern?
 Abweichungen zu 100 Prozent: Rundungsbedingt bzw. weiß nicht / keine Angabe

Obwohl China inzwischen eine führende Rolle bei der Anmeldung von Schutzrechten und Patenten einnimmt, findet sich dies jedoch noch nicht in der Wahrnehmung der Deutschen wieder. So gehen nur 34 Prozent der Bevölkerung davon aus, dass China bei der Anmeldung von Patenten im internationalen Vergleich auf der ersten Position bzw. im oberen Drittel liegt. Bei den Wirtschaftsentscheidern geben dies 39 Prozent und bei den Politikern 41 Prozent an. Sogar jeder vierte Befragte schätzt, dass Chinas Position in diesem Bereich im unteren Drittel oder an letzter Stelle liegt. Was jedoch sehr wohl wahrgenommen wird, ist, dass China sich in diesem Bereich steigert und noch viel Potenzial hat. So gehen 57 Prozent der Bevölkerung und zwei Drittel der Wirtschaftsentscheider und Politiker davon aus, dass China sich in der Zukunft bei der Anmeldung von Patenten steigern wird.

Aus diesen Zahlen wird deutlich, dass China im Bereich der technologischen Innovationskraft und der Anmeldung von Patenten in den letzten Jahren stark aufgeholt hat. Dieser Entwicklung ging ein entsprechender Lernprozess voraus. Gemäß einer Untersuchung des Instituts für Weltwirtschaft tendierten chinesische Unternehmen dazu, vorhandenes Wissen in innovative Produkte und Prozesse zu transformieren, anstatt selbst neues Wissen zu erforschen. So wurden von chinesischen Unternehmen eher verschiedene Wissensquellen genutzt, um Innovationen hervorzubringen, als eigene F&E-Aktivitäten voranzutreiben (vgl. IfW-Highlights 2009). Dies könnte vor allem dazu beigetragen haben, dass sich China den unvorteilhaften Ruf erworben hat, westliche Produkte zu kopieren und Ideen und Erfindungen auszuspionieren. An den steigenden F&E-Ausgaben sowie der hohen Zahl an Schutzrechten zeigt sich jedoch, dass hier ein Umdenken stattfindet und dass China zukünftig zu einem äußerst relevanten Player im Bereich der Innovationsführerschaft werden wird.

Zusammenfassung

Im vorliegenden Kapitel wurde der Frage nachgegangen, welches der beiden Bilder, China als verlängerte Werkbank oder China als Innovationsführer, die Wahrnehmung Chinas in Deutschland dominiert und was genau die Deutschen mit dem jeweiligen Bild verbinden. Dazu wurden diese Bilder nicht nur aus Sicht der Befragungsergebnisse beleuchtet, sondern der jeweils tatsächlichen Situation, basierend auf aktuellen Zahlen und Fakten, gegenübergestellt.

Bei der Analyse der Wahrnehmung Chinas als verlängerte Werkbank wurde zunächst die Bewertung des Produktionsstandorts China durch die Deutschen näher beleuchtet sowie auf häufig mit dem Produktionsstandort China einhergehende negative Assoziationen, wie Arbeitsbedingungen oder Umweltschutzauflagen, eingegangen. Ferner wurden die bisherigen Erfahrungen der befragten Wirtschaftsentscheider analysiert. Zum Schluss wurde das Thema der steigenden Lohnkosten in China und deren Auswirkungen auf die Wahrnehmung Chinas als verlängerte Werkbank untersucht.

Für die Untersuchung der Wahrnehmung Chinas als Innovationsstandort wurden insbesondere die Dimensionen technologische Innovationskraft, Erfindungsreichtum sowie Anmeldung von Schutzrechten und Patenten in die Analyse mit einbezogen. Dabei wurde zunächst auf die Wahrnehmung Chinas im Bereich Innovationskraft und Erfindungsreichtum eingegangen. In diesem Zusammenhang wurden auch Unternehmen und Branchen in China auf die wahrgenommene Innovationskraft hin untersucht. Bei der Anmeldung von Schutzrechten und Patenten wurde die Wahrnehmung der Deutschen analysiert und offiziellen Zahlen zu Schutzrechtsanmeldungen gegenübergestellt.

Abbildungsverzeichnis

- 37 **Abb. 1:** Kontakte und Erfahrungen der Bevölkerung mit China bzw. Deutschland
- 38 **Abb. 2:** Dauer der Chinaaufenthalte der deutschen Bevölkerung
- 38 **Abb. 3:** Häufigkeit der Chinaaufenthalte der deutschen Bevölkerung
- 39 **Abb. 4:** Kontakte deutscher Wirtschaftsentscheider mit China
- 40 **Abb. 5:** Dauer der Chinaaufenthalte bei Wirtschaftsentscheidern
- 40 **Abb. 6:** Häufigkeit der Chinaaufenthalte der Wirtschaftsentscheider
- 41 **Abb. 7:** Art der Chinabeziehungen
- 41 **Abb. 8:** Intensität der Wirtschaftsbeziehung mit China
- 42 **Abb. 9:** Kontakte deutscher Politiker mit China
- 42 **Abb. 10:** Dauer der Chinaaufenthalte bei Politikern
- 43 **Abb. 11:** Häufigkeit der Chinaaufenthalte der Politiker
- 43 **Abb. 12:** Entwicklung der politischen Beziehungen mit China
- 43 **Abb. 13:** Intensität der politischen Beziehungen mit China
- 43 **Abb. 14:** Zufriedenheit mit politischen Beziehungen
- 43 **Abb. 15:** Chinakenntnisse in Deutschland
- 44 **Abb. 16:** Interesse der deutschen Bevölkerung an China
- 44 **Abb. 17:** Deutschlandkenntnisse in China
- 44 **Abb. 18:** Interesse der chinesischen Bevölkerung an Deutschland
- 45 **Abb. 19:** Informationsstand zu China und Deutschland
- 45 **Abb. 20:** Verfügbare Informationen zu China und Deutschland
- 53 **Abb. 21:** Spontanassoziationen zu China in der deutschen Bevölkerung
- 53 **Abb. 22:** Spontanassoziationen zu China bei den Wirtschaftsentscheidern
- 53 **Abb. 23:** Spontanassoziationen zu China bei den Politikern
- 54 **Abb. 24:** Spontanassoziationen zu Deutschland in der chinesischen Bevölkerung
- 55 **Abb. 25:** Präsenz der vier Teilbereiche in Deutschland bzw. China

- 56 **Abb. 26:** Assoziationen zu China im Bereich Sport
- 56 **Abb. 27:** Bewertung der Wahrnehmung im Bereich Sport
- 57 **Abb. 28:** Assoziationen zu China im Bereich Kunst und Kultur
- 57 **Abb. 29:** Bewertung der Wahrnehmung im Bereich Kunst und Kultur
- 59 **Abb. 30:** Assoziationen zu China im Bereich Politik
- 59 **Abb. 31:** Bewertung der Wahrnehmung im Bereich Politik
- 60 **Abb. 32:** Assoziationen zu China im Bereich Wirtschaft
- 60 **Abb. 33:** Bewertung der Wahrnehmung im Bereich Wirtschaft
- 61 **Abb. 34:** Einfluss Chinas bzw. Deutschlands in den vier Bereichen
- 63 **Abb. 35:** Bruttoinlandsprodukt 2011
- 63 **Abb. 36:** China im internationalen Vergleich – Wirtschaftsmacht
- 63 **Abb. 37:** Chinas zukünftige Entwicklung – Wirtschaftsmacht
- 64 **Abb. 38:** Einschätzungen zur Wirtschaftsmacht China
- 64 **Abb. 39:** Deutschland im internationalen Vergleich – Wirtschaftsmacht
- 64 **Abb. 40:** Deutschlands zukünftige Entwicklung – Wirtschaftsmacht
- 65 **Abb. 41:** Einschätzungen zur Wirtschaftsmacht Deutschland
- 65 **Abb. 42:** Bekanntheit deutscher Marken in China
- 65 **Abb. 43:** Anzahl der Akademiker
- 66 **Abb. 44:** Ergebnisse der PISA-Studie 2009
- 66 **Abb. 45:** China im internationalen Vergleich – Nachwuchsförderung und Bildung
- 66 **Abb. 46:** Chinas zukünftige Entwicklung – Nachwuchsförderung und Bildung
- 67 **Abb. 47:** Einschätzungen zur Leistungsorientierung in China
- 67 **Abb. 48:** Deutschland im internationalen Vergleich – Nachwuchsförderung und Bildung
- 67 **Abb. 49:** Deutschlands zukünftige Entwicklung – Nachwuchsförderung und Bildung
- 67 **Abb. 50:** Einschätzungen zur Leistungsorientierung in Deutschland
- 68 **Abb. 51:** Einschätzungen zur chinesischen Staatsform
- 69 **Abb. 52:** Einschätzungen zur deutschen Staatsform
- 70 **Abb. 53:** Militärausgaben
- 71 **Abb. 54:** Einschätzungen zur Militärmacht Chinas
- 71 **Abb. 55:** Einschätzungen zur Militärmacht Deutschlands
- 72 **Abb. 56:** Einschätzungen zu Menschenrechten in China
- 72 **Abb. 57:** China im internationalen Vergleich – Menschenrechte
- 72 **Abb. 58:** Chinas zukünftige Entwicklung – Menschenrechte
- 73 **Abb. 59:** Deutschland im internationalen Vergleich – Menschenrechte
- 73 **Abb. 60:** Deutschlands zukünftige Entwicklung – Menschenrechte
- 73 **Abb. 61:** Einschätzungen zu Menschenrechten in Deutschland
- 74 **Abb. 62:** Einschätzungen zu Umwelt- und Klimaschutz in China

- 74 **Abb. 63:** China im internationalen Vergleich – Klimaschutz
- 74 **Abb. 64:** Chinas zukünftige Entwicklung – Klimaschutz
- 75 **Abb. 65:** Deutschland im internationalen Vergleich – Klimaschutz
- 75 **Abb. 66:** Deutschlands zukünftige Entwicklung – Klimaschutz
- 75 **Abb. 67:** Einschätzungen zu Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland
- 76 **Abb. 68:** Einschätzung der Darstellung Chinas und Deutschlands
- 78 **Abb. 69:** China als Wirtschaftsmacht: Analyse der Berichterstattung zeigt deutliche Unterschiede
- 79 **Abb. 70:** Tonalität der chinesischen Berichterstattung
- 81 **Abb. 71:** Reputationsindex im Vergleich
- 82 **Abb. 72:** Länderrankings im internationalen Vergleich
- 82 **Abb. 73:** Dimensionen der Reputation
- 88 **Abb. 74:** Viele Deutsche befürchten, dass China zu mächtig wird
- 88 **Abb. 75:** China stellt eine Bereicherung für Deutschlands Wirtschaft dar
- 89 **Abb. 76:** China wird gleichzeitig als Bereicherung und als Bedrohung gesehen
- 90 **Abb. 77:** Die chinesische Preispolitik stellt eine Gefahr für deutsche Unternehmen dar
- 90 **Abb. 78:** Einheimische Produkte werden durch chinesische Produkte vom Markt verdrängt
- 90 **Abb. 79:** Chinesische Produkte sind von hoher Qualität
- 91 **Abb. 80:** Export von Gütern aus China von 2001 bis 2011 (in Milliarden US-Dollar)
- 92 **Abb. 81:** Bilaterale Außenhandelsbilanz Deutschland / China 1996 bis 2011 (in Milliarden Euro)
- 92 **Abb. 82:** Wert der deutschen Exporte von 2001 bis 2011 (in Milliarden Euro)
- 94 **Abb. 83:** Top 5 der bedrohten Wirtschaftsbereiche
- 94 **Abb. 84:** Anteile ausgewählter eingeführter Warengruppen 2011
- 96 **Abb. 85:** Top 5 der chinesischen Investitionen in Deutschland 2003 bis 2010 nach Sektoren
- 97 **Abb. 86:** Chinesische Unternehmen investieren zunehmend in Deutschland
- 97 **Abb. 87:** Chinesen kopieren häufig westliche Produkte
- 97 **Abb. 88:** Viele Deutsche haben Angst, dass China Ideen und Erfindungen ausspioniert
- 98 **Abb. 89:** Chinesische Unternehmen schaffen Arbeitsplätze in Deutschland
- 99 **Abb. 90:** Aktuelle Geschäftsbeziehung zu China
- 99 **Abb. 91:** Zukünftige Geschäftsbeziehung zu China
- 100 **Abb. 92:** Anteile ausgewählter ausgeführter Warengruppen 2011
- 100 **Abb. 93:** Bekanntheit deutscher Marken
- 101 **Abb. 94:** Einfluss auf Unternehmenserfolg / Handlungsspielraum
- 101 **Abb. 95:** Gründe für Zufriedenheit mit Geschäftsbeziehung zu China
- 102 **Abb. 96:** Viele Deutsche verstehen China nicht, weil die Kultur so anders ist
- 102 **Abb. 97:** Gründe für Unzufriedenheit mit Geschäftsbeziehung zu China

- 105 **Abb. 98:** Spontanassoziationen im Bereich Wirtschaft
- 105 **Abb. 99:** China ist für Deutschland in erster Linie ein Produktionsstandort
- 106 **Abb. 100:** China ist sehr innovativ
- 106 **Abb. 101:** China im internationalen Vergleich – guter Produktionsstandort
- 107 **Abb. 102:** Chinas zukünftige Entwicklung – guter Produktionsstandort
- 110 **Abb. 103:** Von chinesischen Produkten erwarte ich, dass diese unter niedrigen Standards produziert werden
- 110 **Abb. 104:** Chinesische Produkte sind von hoher Qualität
- 110 **Abb. 105:** In China wird bei der Herstellung von Produkten nicht so viel Wert auf Umweltschutz gelegt
- 110 **Abb. 106:** Chinesische Produkte enthalten überdurchschnittlich viele Giftstoffe
- 111 **Abb. 107:** Chinesen kopieren häufig westliche Produkte
- 111 **Abb. 108:** Viele Deutsche haben Angst, dass China Ideen und Erfindungen ausspioniert
- 112 **Abb. 109:** Entwicklung der durchschnittlichen Bruttomonatslöhne städtischer Arbeiter
- 113 **Abb. 110:** Ausgaben für Forschung & Entwicklung (in Prozent des BIP)
- 113 **Abb. 111:** Wissenschaftler im Bereich Forschung & Entwicklung (je Millionen Einwohner)
- 113 **Abb. 112:** Inländische Patentanmeldungen (je Millionen Einwohner)
- 113 **Abb. 113:** Anteil Chinas an allen wissenschaftlichen Veröffentlichungen (in Prozent)
- 114 **Abb. 114:** China im internationalen Vergleich – technologische Innovationskraft
- 114 **Abb. 115:** China im internationalen Vergleich – Erfindungsreichtum
- 115 **Abb. 116:** Chinas zukünftige Entwicklung – technologische Innovationskraft
- 115 **Abb. 117:** Chinas zukünftige Entwicklung – Erfindungsreichtum
- 116 **Abb. 118:** Technologische Innovationskraft nach Branchen
- 116 **Abb. 119:** Bekanntheit von Unternehmen
- 117 **Abb. 120:** Innovationskraft chinesischer Unternehmen
- 118 **Abb. 121:** Anzahl internationaler Anmeldungen von Schutzrechten 2011
- 119 **Abb. 122:** China im internationalen Vergleich – Anmeldung von Patenten
- 119 **Abb. 123:** Chinas zukünftige Entwicklung – Anmeldung von Patenten

Quellenverzeichnis

Amnesty International 2011

Amnesty International (2011): Jahresbericht 2011; <http://www.amnesty.de/jahresbericht/2011/> (abgerufen am 31.10.2012)

Artprice 2012

Artprice (2012): Der Kunstmarkt in Zahlen und Bildern; <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/chinas-maler-teurer-als-picasso-und-warhol-11603911.html> (abgerufen am 31.10.2012)

ARWU 2010

Center for World-Class Universities and the Institute of Higher Education of Shanghai Jiao Tong University (2010): Academic Ranking of World Universities; <http://www.arwu.org/ARWU2010.jsp> (abgerufen am 18.10.2012)

Asian Development Bank 2012

Asian Development Bank (2012); <http://www.adb.org/countries/prc/economy> (abgerufen am 31.10.2012)

Auswärtiges Amt 2012

Auswärtiges Amt (2012): Beziehungen zwischen der Volksrepublik China und Deutschland; http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/China/Bilateral_node.html (abgerufen am 31.10.2012)

BDAE 2010

Bund der Auslands-Erwerbstätigen (BDAE) (2010): ASIA BRIDGE 6:2010; <http://www.bdae.com/de/downloads/A%20Asia%20Bridge%20Entsendung%20Asien.pdf> (abgerufen am 31.10.2012)

BMBF 2012

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2012): Nationale Strategie für Alphabetisierung und Grundbildung Erwachsener; <http://www.bmbf.de/de/426.php> (abgerufen am 31.10.2012)

Booz & Company; INSEAD; Alcatel-Lucent; Confederation of Indian Industry; WIPO 2012

Booz & Company; INSEAD; Alcatel-Lucent; Confederation of Indian Industry; WIPO (2012): Global Innovation Index 2012; <http://www.globalinnovationindex.org/gii/index.html> (abgerufen am 31.10.2012)

BP 2012

BP (2012): Statistical Review of World Energy 2012; <http://www.bp.com/sectionbodycopy.do?categoryId=7500&contentId=7068481> (abgerufen am 10.11.2012)

brand eins Wissen 2012

brand eins Wissen (2012): China in Zahlen

Bridge to India 2012

Bridge to India (2012): Renewable Energy Policy Network for the 21st Century

Bureau van Dijk 2012

Bureau van Dijk (2012): Anzahl der Mitarbeiter chinesischer Unternehmen in Deutschland im Jahr 2012 nach Bundesländern; <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/234083/umfrage/mitarbeiter-chinesischer-unternehmen-in-deutschland-nach-bundeslaendern/> (abgerufen am 31.10.2012)

Capital Trade, Incorporated, 2011

Capital Trade, Incorporated (2011): An Analysis of State-owned Enterprises and State Capitalism in China

China Military Power Report 2009

Department of Defense, United States of America (2009): Military Power of the People's Republic of China 2009; http://www.defense.gov/pubs/pdfs/China_Military_Power_Report_2009.pdf (abgerufen am 28.10.2012)

China Statistical Yearbook 2011

Directorate-General of Budget, Accounting and Statistics (2011): Statistical Yearbook of the Republic of China 2010

CIA World Fact Book 2012

CIA World Fact Book (2012); <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html> (abgerufen am 20.10.2012)

CNTA 2012

China National Tourism Administration (CNTA) 2012: Information gefunden auf <http://www.reisenews-online.de/2012/02/21/mehr-deutsche-touristen-in-china/> (abgerufen am 31.10.2012)

DAAD 2012

Deutscher Akademischer Austausch Dienst (2012): Erstmals über eine viertel Million ausländische Studierende an deutschen Hochschulen, <http://www.daad.de/portrait/presse/pressemitteilungen/2012/21295.de.html> (abgerufen am 20.10.2012)

DB Research 2011

Deutsche Bank Research (2011): Globaler Wettlauf um Exzellenz und Fachkräfte

Deutsche Botschaft China 2012

Deutsche Botschaft China (2012); http://german.china.org.cn/business/txt/2012-02/16/content_24654380.htm vom 16.02.2012 (abgerufen am 18.10.2012)

Deutsche Botschaft Peking 2012

Deutsche Botschaft Peking (2012): Mailverkehr mit der Deutschen Botschaft in Peking vom 11.10.2012

Die Welt 2012

Die Welt (2012): Chinas Firmen in Europa auf Schnäppchen-Tour; <http://www.welt.de/wirtschaft/article106434538/Chinas-Firmen-in-Europa-auf-Schnaepchen-Tour.html> (abgerufen am 31.10.2012)

EPO 2012a

EPO (2012): EPO Annual Report 2011, European patent filings, March 2012

Ernst & Young 2012

Young (2012): Deutschland und Europa im Urteil chinesischer Investoren

Europäische Handelskammer 2012

Europäische Handelskammer und Roland Berger (2012); <http://www.wiwo.de/politik/ausland/benachteiligungen-china-lockt-und-schockt-zugleich-seite-all/6685710-all.html> (abgerufen am 19.10.2012)

Focus 2012

Focus (2012): China jagt den Paten-Weltmeister; http://www.focus.de/finanzen/news/unternehmen/tid-25519/rennen-um-erfindungen-china-wird-patent-weltmeister_aid_738780.html (abgerufen am 18.10.2012)

FTD 2012

FTD (2012): Deutschland gerät auf die schiefe Bahn; <http://www.ftd.de/politik/konjunktur/:konjunktur-deutschland-geraet-auf-die-schiefe-bahn/70075888.html> (abgerufen am 18.10.2012)

Germanwatch 2012

Germanwatch (2012): Klimaschutz-Index 2012

Goldman Sachs 2011

Goldman Sachs (2011), in: Der Spiegel, Nr. 1, 03.01.2011, Seite 76

GTAI 2011

GTAI (2011): Lohn- und Lohnnebenkosten, VR China, Oktober 2011

GTAI 2012a

GTAI (2012): Wirtschaftstrends Jahresmitte 2012 – VR China

GTAI 2012b

GTAI (2012): <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/maerkte,did=656206.html> (abgerufen am 18.10.2012)

Handelsblatt 2012

Handelsblatt 29.08.2012

Haufe 2012

Haufe (2012): Kostengünstiger und flexibler produzieren: Von China nach Vietnam?; http://www.haufe.de/controlling/controllerpraxis/kostenguenstiger-produzieren-von-china-nach-vietnam_112_88646.html (abgerufen am 18.10.2012)

IfW-Highlights 2009

Institut für Weltwirtschaft (2009): IfW-Highlights: Chinas Aufbruch vom Produktions- zum Innovationsstandort; <http://www.ifw-kiel.de/forschung/p1-dateien/research-spotlights/innovation-in-china.pdf> (abgerufen am 15.10.2012)

Internet World Stats 2012

Internet World Stats (2012): Usage and Population Statistics; <http://www.internetworldstats.com/> (abgerufen am 15.10.2012)

IWF 2012

IWF (2012): World Economic Outlook Database

KPMG 2011

KPMG (2011): China's 12th Five-Year Plan: Overview

Mercer 2009

Mercer (2009): Mercer 2009 „Worldwide Benefit and Employment Guidelines“; <http://www.mercer.ch/press-releases/1360650> (abgerufen am 29.10.2012)

Meyers Atlas China 2010

Aschemeier R., Grill, C. Kodecki H. (2010): Meyers Atlas China – Auf dem Weg zur Weltmacht

MIIT 2012

Ministry of Industry and Information Technology 2012; <http://www.forbes.com/sites/russellflannery/2012/03/30/china-mobile-phone-users-now-exceed-one-billion/> (abgerufen am 01.10.2012)

Millionenstädte in China 2012

Millionenstädte in China (2012); http://www.leitz.com/deDE/KnowHow/Millionenstadte_in_China.html (abgerufen am 28.10.2012)

n-tv.de 2012

n-tv.de (2012): Rösler umwirbt China; <http://www.n-tv.de/wirtschaft/Roesler-umwirbt-China-article6479276.html>, vom 12. Juni 2012 (abgerufen am 18.10.2012)

OECD 2009

OECD (2009): PISA – Internationale Schulleistungsstudie der OECD; <http://www.oecd.org/berlin/themen/pisa-internationale-schulleistungsstudiederoced.htm> (abgerufen am 02.11.2012)

Oppis World 2012

Oppis World (2012): Chronik der Erfindungen und Entdeckungen; <http://www.oppisworld.de/zeit/erfinder/chronik02.html> (abgerufen am 31.10.2012)

PEW Chartable Trusts 2012

PEW Chartable Trusts (2012): Wichtigste Länder weltweit nach installierter Leistung von Erneuerbare-Energien-Anlagen im Jahr 2011; <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/152750/umfrage/erneuerbare-energie---kapazitaet-in-gigawatt-2009/> (abgerufen am 31.10.2012)

PRTM 2011

PRTM (2011): The China New Energy Vehicles Program

Random History 2009

Random History (2009): 74 Interesting Facts About China; http://facts.randomhistory.com/2009/05/04_china.html (abgerufen am 15.10.2012)

Reputation Institute 2011

Leung, V., Low, J., Zhang, Y. (2011): What Chinese Companies Must Do to Secure Globally Competitive Reputations

Reputation Institute 2012

Reputation Institute (2012): Deutschland ist das Land mit der 11. besten Reputation der Welt in der Country RepTrak™, Studie des Reputation Institute

Rhodium Group 2012

Rhodium Group (2012): China Invests in Europe

Roland Berger 2011a

Roland Berger (2011): The End of the China Cycle? How to successfully navigate the evolution of low cost manufacturing

Roland Berger 2011b

Roland Berger (2011): Chinese carmakers expanding through European takeovers and getting more competitive

RP Online 2012a

RP Online (2012): Erfindungen made in Germany; <http://www.rp-online.de/wissen/forschung/erfindungen-made-in-germany-1.565793> (abgerufen am 31.10.2012)

RP Online 2012b

RP ONLINE (2012): Die Skandale um giftige chinesische Produkte; <http://www.rp-online.de/panorama/ausland/die-skandale-um-giftige-chinesische-produkte-1.1944083> (abgerufen am 28.10.2012)

SIPRI 2012

Stockholm International Peace Research Institute (2012): Yearbook 2012

Statistisches Bundesamt 2011

Statistisches Bundesamt (2011): Länderprofil China 2011

Statistisches Bundesamt 2012a

Statistisches Bundesamt (2012): Statistisches Jahrbuch Deutschland und Internationales

Statistisches Bundesamt 2012b

Statistisches Bundesamt (2012): Tourismus in Zahlen 2011

Statistisches Bundesamt 2012c

Statistisches Bundesamt (2012): Basisdaten Bruttonational-einkommen je Einwohner; https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Internationales/Thema/Tabellen/Basistabelle_BNE.html (abgerufen am 15.10.2012)

Statistisches Bundesamt 2012d

Statistisches Bundesamt (2012): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Ausländische Bevölkerung. Ergebnisse des Ausländerzentralregisters 2011

Statistisches Bundesamt 2012e

Statistisches Bundesamt (2012): Deutscher Außenhandel mit BRIC-Staaten stark expandiert; https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2012/GenTable_201208.html (abgerufen am 15.10.2012)

Statistisches Bundesamt 2012f

Statistisches Bundesamt (2012): 308 000 Personenkraftwagen im Jahr 2011 nach China exportiert; https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/zdw/2012/PD12_021_p002.html (abgerufen am 18.10.2012)

Statistisches Landesamt Sachsen 2012

Statistisches Landesamt Sachsen (2012): Strukturkompass; <http://www.statistik.sachsen-anhalt.de/apps/StrukturKompass/indikator/zeitreihe/57> (abgerufen am 18.10.2012)

Total Communication Measurement 1999

Norman, J., Recupero, L. (1999): Measuring your reputation in: Total Communication Measurement, Issue 9, October 9

Transparency International 2011

Transparency International (2011): Bestechungszahlerindex 2011 http://www.transparency.org/news/pressrelease/20111102_bpi_de (abgerufen am 18.10.2012)

TUM 2012

Technische Universität München – Munich Innovation Group (2012): Chinese Champions: Patente made in China

Uni Tübingen 2008

Uni Tübingen (2008): Sportliche Supermacht China. Vorlesungsunterlagen von Prof Dr. Helmut Digel

USUMA 2008

USUMA (2008): Gewünschte Kenntnisse einer Fremdsprache; <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1529/umfrage/gewuenschte-kenntnisse-einer-fremdsprache/> (abgerufen am 31.10.2012)

VerbraucherAnalyse 2012

Herausbergemeinschaft Verbraucheranalyse GbR (2012); <http://www.verbraucheranalyse.de/home> (abgerufen am 23.10.2012)

Vereinte Nationen 2011

Vereinte Nationen (2011): Human Development Index 2011; <http://hdr.undp.org/en/statistics/> (abgerufen am 31.10.2012)

WIPO 2012

WIPO Economics & Statistics Series (2012): PCT Yearly Review, The International Patent System

Web of Science 2012

Web of Science (2012): http://thomsonreuters.com/products_services/science/science_products/a-z/web_of_science/

WTO 2011

WTO (2011): Time Series on international trade 2011

WTO 2012

WTO (2012): Time Series on international trade 2012

Kontakt

Olaf Reus, Mitglied der Geschäftsleitung
Carsten Senz, Senior Public Affairs Manager
Huawei Technologies Deutschland GmbH
Telefon +49 (0)30 2092 4140
dialog@huawei.com

Impressum

Herausgeber

Huawei Technologies Deutschland GmbH
Unter den Linden 21
10117 Berlin
www.huawei.com/de

Durchführung der Studie und Redaktion

TNS Infratest GmbH
www.tns-infratest.com

Gestaltungskonzept, Design, Infografiken und Datenvisualisierung

mc-quadrat | Markenagentur und
Kommunikationsberatung
Berlin | München
www.mc-quadrat.com

Druck

Schwabendruck, Berlin
www.schwabendruck.de

ISBN: 978-3-8442-3848-8

© Huawei Technologies Deutschland GmbH,
November 2012



**Download des vollständigen
Tabellenbandes unter**
www.huawei-studie.de

