

Zollkonflikt belastet deutsche Firmen in China: Alarmierende Umfragewerte!

Deutsche Firmen in China sind zunehmend pessimistisch wegen des Handelskonflikts mit den USA. Die AHK fordert bessere Rahmenbedingungen.



China - Deutsche Unternehmen in China erleben eine Phase des wachsenden Pessimismus, die durch den anhaltenden Handelskonflikt zwischen Peking und Washington verstärkt wird. Laut einer Umfrage der deutschen Handelskammer (AHK) in China erwarten 56% der befragten Mitgliedsfirmen eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage im kommenden halben Jahr, eine erhebliche Steigerung im Vergleich zu den lediglich 16% im vorherigen Jahr. Oliver Oehms, geschäftsführendes Vorstandsmitglied der AHK in Nordchina, warnt, dass die bestehenden Zölle der Wirtschaft in China erheblich schaden werden.

Seit der Eskalation des Zollstreits im April hat der Handel

zwischen den beiden größten Volkswirtschaften der Welt nahezu zum Stillstand gekommen. Die USA haben 145% Zölle auf chinesische Waren verhängt, während China mit 125% Zöllen auf amerikanische Importe reagiert hat. Zum Abbau der Spannungen sind Gespräche zwischen dem US-Finanzminister Scott Bessent und Chinas Vize-Ministerpräsident He Lifeng für das kommende Wochenende in der Schweiz geplant.

Folgen des Zollstreits für deutsche Unternehmen

Die ersten Daten zeigen bereits Auswirkungen des Zollstreits: In China sank der Einkaufsmanagerindex. Die AHK hat in einer Umfrage von Mitte April festgestellt, dass 143 Mitgliedsfirmen, vorwiegend aus dem Maschinenbau und der Automobilbranche, die spürbarsten Auswirkungen der Zölle berichten. Nur etwas mehr als ein Viertel der befragten Unternehmen rechnet bis Ende des Jahres mit einem Umsatzanstieg; lediglich 18% erwarten einen Gewinn. Um den negativen Effekten entgegenzuwirken, versuchen 38% der deutschen Firmen in China, durch eine schnellere Lokalisierung vor Ort die Auswirkungen abzufedern.

Zusätzlich beabsichtigt ein Viertel der Firmen, alternative Märkte neben den USA für ihre Beschaffung zu prüfen. Rund zwei Drittel der Befragten fordern eine aktivere Zusammenarbeit der Bundesregierung mit China. Die AHK hofft, dass die neue Bundesregierung China als Partner und nicht nur als Rivalen betrachtet. Für etwa die Hälfte der Firmen ist eine Verbesserung des China-Bildes in Deutschland entscheidend, um das Geschäft in China zu unterstützen.

Perspektiven und Marktentwicklung in China

Trotz der Herausforderungen bieten sich für deutsche Unternehmen in China auch Chancen. Staats- und Parteichef Xi

Jinping hat anlässlich einer Messe eine weitere Öffnung des chinesischen Marktes versprochen. Diese Entwicklung wird von in Deutschland ansässigen Unternehmen grundsätzlich positiv bewertet. Rund 50% der Befragten in einer Geschäftsklima-Umfrage glauben an das Bekenntnis der chinesischen Regierung zur weiteren Marktöffnung, auch wenn Herausforderungen bei der Regulierung und dem Schutz geistigen Eigentums bestehen bleiben.

Die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und China sind trotz dieser Probleme stark. Deutschland bleibt Chinas wichtigster Handelspartner in Europa, und China ist Deutschlands wirtschaftlicher Hauptpartner in Asien, wie die Handelsabteilung der Botschaft und der Generalkonsulate betont. Im Jahr 2022 lag das bilaterale Handelsvolumen bei knapp 300 Mrd. Euro, wobei deutsche Exporte nach China bei 107 Mrd. Euro und chinesische Exporte nach Deutschland bei 192 Mrd. Euro lagen.

Deutsche Unternehmen produzieren häufig für den lokalen Markt, und der größte Teil der importierten Waren in Deutschland stammt aus China. Dennoch sind die Betriebs- und Rahmenbedingungen in China weiterhin herausfordernd. Unternehmen äußern Unzufriedenheit mit den Bemühungen um Rechtsstaatlichkeit und fordern gleiche Wettbewerbsbedingungen, um sich besser auf dem chinesischen Markt behaupten zu können.

In Anbetracht aller genannten Faktoren bleibt die weitere Entwicklung der Beziehungen zwischen Deutschland und China entscheidend für die Zukunft deutscher Unternehmen in der Region. Die Notwendigkeit, die Rahmenbedingungen nachhaltig zu verbessern und die Kooperation in Schlüsselbereichen wie Wissenschaft und Fachkräfteausbildung zu intensivieren, wird von beiden Seiten immer wieder betont.

Ein wahrnehmbarer Einfluss der chinesischen „Made in China 2025“-Strategie auf den Wettbewerb ist bereits zu spüren,

während Initiativen zur Stärkung des Binnenmarktes und zur Innovationsförderung der chinesischen Unternehmen die Wettbewerbsintensität erhöhen. Die deutsche Wirtschaft steht also vor der Herausforderung, die bestehenden Markteintrittsbarrieren zu überwinden und die Chancen effektiver zu nutzen, um die bilateralen Handelsbeziehungen weiter zu fördern.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	China
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.tagesspiegel.de• www.deutschland.de• china.diplo.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de