

Der Blick chinesischer Unternehmen auf die deutsche Wirtschaft und Wirtschaftskooperationen. Eine qualitative empirische Untersuchung.

Von

Lutz Legge und Andreas Stoffers

FOM Hochschule für Oekonomie & Management

KCV KompetenzCentrum für angewandte Volkswirtschaftslehre

Schlagwörter

China, Deutsch-chinesische Wirtschaftsbeziehungen, Wirtschaftskooperationen, Interkulturelle Zusammenarbeit

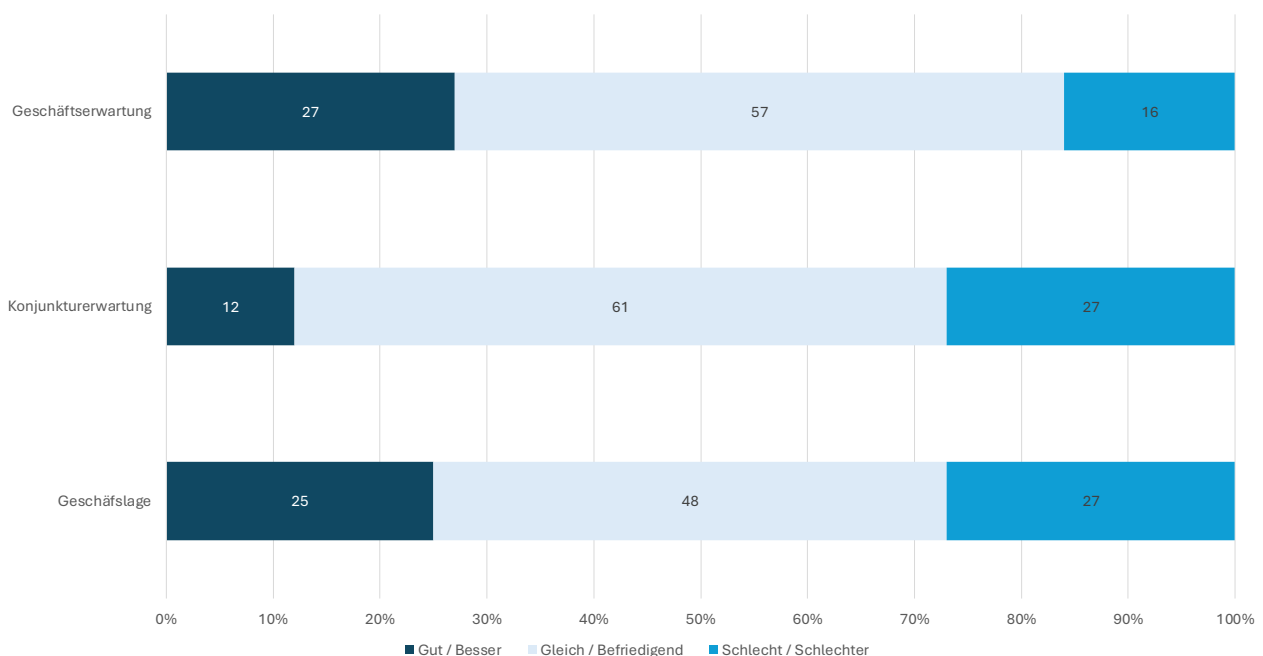
Abstract

Zukünftig könnten sich die deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen entlang strategischer Interessen neugestalten. Deutsche Unternehmen bauen Rohstoffabhängigkeiten ab und investieren „in China für China“, während chinesische Unternehmen stärker auf den deutschen Markt drängen. Neue Formen der Zusammenarbeit, z. B. Joint Ventures und projektbasierte Kooperationen, könnten die Unternehmenslandschaft in Deutschland nachhaltig beeinflussen und Chancen für beidseitigen Wissens- und Marktzugang eröffnen. Auf Basis von Interviews mit Expertinnen und Experten der deutsch-chinesischen Handelsbeziehungen zeigt eine qualitative empirische Untersuchung, dass Deutschland von chinesischen Unternehmen als politisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich stabil wahrgenommen wird, mit hoher Produktqualität, gut ausgebildeten Fachkräften und zentraler Marktposition in Europa. Gleichzeitig bestehen Wahrnehmungen von bürokratischen Hürden, langsamer Digitalisierung und Reformbedarf. China gilt weiterhin als innovativer, wettbewerbsstarker Markt, dessen schnelle Entwicklungszyklen und effiziente Produktionsprozesse die deutschen Unternehmen herausfordern. Wirtschaftskooperationen ermöglichen den Austausch komplementärer Stärken: Deutschlands Qualitäts- und Grundlagenfokus ergänzt Chinas Flexibilität, Geschwindigkeit und Effizienz. Erfolgsfaktoren für eine solche Zusammenarbeit sind strategische Ausrichtung, transparente Planung, Vertrauen und interkulturelles Verständnis. Das wirtschaftliche Potenzial ist hoch. Die Zukunft der Kooperationen hängt davon ab, ob beide Seiten die Chancen aktiv erkennen, verstehen und gestalten.

Der Status Quo der Wirtschaftsbeziehungen

Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und China sind facettenreich und einem ständigen Wandel unterworfen. Aktuell stehen sie stark unter Druck, vor allem aus Sicht der deutschen Wirtschaft in China. Laut dem aktuellen AHK World Business Outlook der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) (s. Abbildung 1) bewerten nur 25 % der Unternehmen ihre aktuelle Geschäftslage in China positiv und die Zukunftsaussichten sind mit 12 % positiver Konjunkturerwartung und 27 % positiver Erwartung an das eigene Geschäft ähnlich. Damit zählt China zu den aktuell schwierigsten Wirtschaftsräumen für die deutsche Wirtschaft.¹

Abbildung 1: DIHK Unternehmen über die Lage in Greater China (China, Taiwan, Hongkong)



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an DIHK (2025a)

Das zeigen auch die Zahlen der Außenhandelsstatistik. Im ersten Halbjahr 2025 ist der Export nach China um 13,8 % eingebrochen und setzt damit den Trend aus 2024 (-7,6 %) fort.² Inhaltlich sehen die deutschen Unternehmen in China eine schwache Nachfrage als größtes Geschäftsrisiko (79 %), gefolgt von Handelsbarrieren (45 %) und der Wirtschaftspolitik (41 %). Die Infrastruktur (1 %), Energiepreise (5 %) und die Rechtssicherheit (7 %) werden besonders risikoarm beurteilt. Interessant ist in den sechs Kategorien auch der weltweite Vergleich und der zur Europäischen Union (EU) (s. Abbildung 2). Allerdings ist China nach wie vor für deutsche Unternehmen aufgrund der Innovation und des Wettbewerbs ein äußerst wichtiger Markt, weshalb auch 92 % planen weiterhin in China aktiv zu sein.³ Gleichzeitig ist das Abhängigkeitsverhältnis heterogen. Die Abhängigkeit Deutschlands von

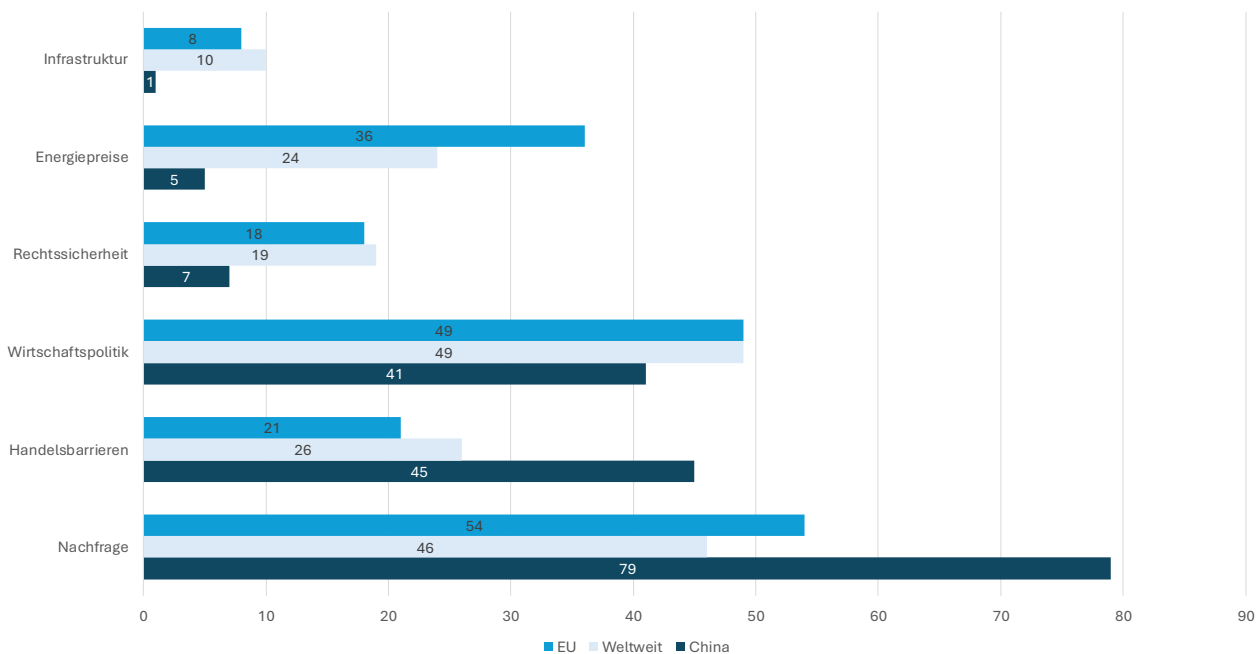
¹ Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) (2025a): AHK World Business Outlook Frühjahr 2025: Globale Stimmung kippt. [AHK World Business Outlook Frühjahr 2025 Bericht_de](https://www.ahk.de/de/ahk-world-business-outlook-fruehjahr-2025-bericht-de), abgerufen am 09.02.2026.

² Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) (2025b): Zahlen und Fakten. <https://www.dihk.de/dihk-de-legacy/themen-und-positionen/wirtschaftspolitik/konjunktur-und-wachstum/zahlen-und-fakten-3268>, abgerufen am 09.02.2026.

³ Deutsche Außenhandelskammern (AHK) (04.12.2024): Localization 3.0: German Companies Deepen Localization in China to Stay Competitive in a Challenging Market. <https://china.ahk.de/en/news/localization-3.0-german-companies-deepen-localization-in-china-to-stay-competitive-in-a-challenging-market>, abgerufen am 09.02.2026.

China wird aus deutscher Sicht mit 88 % viel höher als die Umgekehrte (13 %) bewertet.⁴ Diese ist vor allem bei Rohstoffen signifikant.⁵ Die offizielle politische Sicht von Deutschland beschreibt China seit 2023 mit „Partner, Wettbewerber und systemischer Rivale“.⁶ Das Investitionsumfeld in China wird politisch mit einem schwachen Binnenkonsum, höheren Zöllen, Lieferketten- und geopolitischen Risiken in Verbindung gebracht, was in der wirtschaftspolitischen Strategie des „De-Risking“ formuliert ist.⁷

Abbildung 2: DIHK Unternehmen über Geschäftsrisiken in China



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an DIHK (2025b)

Für China war Deutschland lange ein Vorbild. Im Rahmen der großen wirtschaftlichen Entwicklung hat China viel von Deutschland adaptiert, wie die industriegetriebene Exportwirtschaft und der Aufbau von hochspezialisierten kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) nach dem Vorbild der deutschen Hidden Champions.⁸ Für die chinesische Wirtschaftspolitik bildet die „Made in China 2025“-Strategie eine wichtige Säule. Diese beschreibt in zehn Schlüsselindustrien wie Robotik und Elektroautoindustrie, fünf Schlüsselprinzipien wie „Innovation Driven“ und „Quality First“ und fünf Hauptaufgaben wie Stärkung der industriellen Basis und Aufbau von nationalen Innovationszentren wie China bis 2049 schrittweise

⁴ Potrafke, N., Schlepper, M., Schmid, R., & Woyke, G. (2024): Geopolitik und Handel: Experteneinschätzungen zu den Abhängigkeiten von China. In: ifo Schnelldienst, 77(7), S. 46–48. <https://hdl.handle.net/10419/302764>, abgerufen am 09.02.2026.

⁵ Flach, L., & Baur, A. (2024): Zeitenwende in den deutsch-chinesischen Handelsbeziehungen? Ergebnisse einer aktuellen Unternehmensbefragung. In: ifo Schnelldienst Digital, 5(4), S.1–5. <https://hdl.handle.net/10419/295130>, abgerufen am 09.02.2026.

⁶ Auswärtiges Amt (24.01.2025): Die China-Strategie der Bundesregierung 2023. <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/asien/china-strategie-2607934>, abgerufen am 09.02.2026.

⁷ Abele, C. (15.07.2025): Wirtschaftsausblick China: Chinas Wirtschaft kommt nicht richtig in Gang. Germany Trade & Invest. <https://www.gtai.de/de/trade/china-wirtschaft/wirtschaftsausblick>, abgerufen am 09.02.2026.

⁸ Gusbeth, S. (12.03.2025): Industriepolitik: China überholt Vorbild Deutschland. Handelsblatt. <https://www.handelsblatt.com/politik/international/industriepolitik-china-ueberholt-vorbild-deutschland/100111423.html>, abgerufen am 09.02.2026.

zur führenden Industrienation der Welt aufsteigen soll.⁹ Auf diesem Weg hat die chinesische Wirtschaft unter anderem die Übernahme von deutschen mittelständischen Unternehmen als Werkzeug erkannt, um Know-how-Sprünge zu tätigen.¹⁰ Aus politischer Sicht gibt es Anzeichen, dass Deutschland in der Staatengruppe des Westens überdurchschnittlich als Partner geschätzt wird. Beijing verfolgt dabei einen „Two Track Approach“, bei dem harte rhetorische und substanzielle Maßnahmen gegenüber der EU ergriffen werden, diese jedoch gegenüber Deutschland eher weich und nicht konfrontativ ausfallen.¹¹ Auch die Menschen in China bewerten Deutschland im Vergleich von zehn westlichen Staaten mit Abstand am positivsten.¹²

In der Vergangenheit war die Rollenverteilung zwischen den beiden Volkswirtschaften klar. Deutschland war für China lange ein Industriebild. Inzwischen haben sich aber die Vorzeichen geändert. „China ist heute weltweit führend bei Batterien und Elektrofahrzeugen (und Maschinen), während Deutschland beim Verbrennungsmotor weltweit führend war.“¹³ Mehr als die Hälfte (55 %) der deutschen Unternehmen prognostizieren, dass ihre chinesischen Wettbewerber in fünf Jahren Innovationsführer in ihrer Branche sein werden¹⁴, auch weil die Innovationszyklen inklusive der Time-to-Market deutlich schneller sind.¹⁵ Das deutsche Erfolgsmodell gibt es jetzt in größerer, schnellerer Form in China mit günstigen Vorprodukten, nahezu vollständig heimischen Lieferketten, geringeren Produktionskosten und größeren Skaleneffekten aufgrund des großen Heimatmarkts.¹⁶

Wie könnte die Zukunft der Wirtschaftsbeziehungen aussehen? Vieles spricht dafür, dass beide Parteien entlang ihrer strategischen Interessen die Wirtschaftspolitik neugestalten. Möglichkeiten zur verstärkten Zusammenarbeit sind vorhanden, z. B. im für beide Parteien wichtigen Bereich der umweltfreundlichen Technologien.¹⁷ Für Deutschland und die Europäische Union schlägt das Kiel Institut für Weltwirtschaft fünf Strategien entlang der Charakteristika der Branchen vor.¹⁸ Erstens der Schutz von strategischen Branchen, in denen Unabhängigkeit für die nationale Sicherheit benötigt werden. Zweitens sollte in nicht-strategischen Branchen ohne deutschen Wettbewerbsvorteil von den günstigen

⁹ Tse, A., & Wu, J. (11.09.2018): Why 'Made in China 2025' triggered the wrath of President Trump. South China Morning Post. <http://multimedia.scmp.com/news/china/article/made-in-china-2025/index.html>, abgerufen am 09.02.2026.

¹⁰ Voit, A.-K. (2023): Technologietransfer und Unternehmensübernahmen aus der gesamtwirtschaftlichen Perspektive des Marktes – was deutsche Unternehmen von China lernen können. In: F. Seidel & M. Macht (Eds.), China & Innovation. FOM-Edition, S. 21–32. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-40440-6_2

¹¹ Messingschlager, S. (09.09.2025): Courting Berlin, Countering Brussels: China's Twin-Track Approach to Germany and the EU. China Observers in Central and Eastern Europe. <https://chinaobservers.eu/courting-berlin-countering-brussels-chinas-twin-track-approach-to-germany-and-the-eu/>, abgerufen am 09.02.2026.

¹² Liu, A. Y., Li, X., & Fang, S. (2023): Liu, A. Y., Li, X., & Fang, S. (2023). Unpacking "the West": Divergence and Asymmetry in Chinese Public Attitudes Towards Europe and the United States. *Journal of Current Chinese Affairs*, 52(1), 119–133. <https://doi.org/10.1177/18681026221139301>

¹³ Marin, D. (07.08.2025): The China shock hits Germany. CEPR – VoxEU. <https://cepr.org/voxeu/columns/china-shock-hits-germany>, abgerufen am 09.02.2026.

¹⁴ AHK (04.12.2024): Localization 3.0: German Companies Deepen Localization in China to Stay Competitive in a Challenging Market. <https://china.ahk.de/en/news/localization-3.0-german-companies-deepen-localization-in-china-to-stay-competitive-in-a-challenging-market>, abgerufen am 09.02.2026.

¹⁵ AHK. (10.04.2024): Flash Survey April 2024: Competitiveness of German Companies in China. <https://china.ahk.de/en/news/flash-survey-april-2024-competitiveness-of-german-companies-in-china>, abgerufen am 09.02.2026.

¹⁶ Gusbeth, S. (12.03.2025): China überholt Vorbild Deutschland. Handelsblatt. <https://www.handelsblatt.com/politik/international/industriepolitik-china-ueberholt-vorbild-deutschland/100111423.html>, abgerufen am 09.02.2026.

¹⁷ Stec, G. (23.07.2025): MERICS Forum: Engaging in times of tension – Views from Europe and China. MERICS. <https://merics.org/en/comment/merics-forum-engaging-times-tension-views-europe-and-china>, abgerufen am 09.02.2026.

¹⁸ Jean, S., Méjean, I., & Schularick, M. (2025): Leitlinien für eine europäische Wirtschaftspolitik gegenüber China. Kiel Policy Brief, No. 197, Kiel Institute for the World Economy (IfW Kiel), Kiel. <https://hdl.handle.net/10419/327995>, abgerufen am 09.02.2026.

Preisen aus China profitiert werden. Drittens sollte in Branchen, in denen Wettbewerbsführung besteht, die europäische Wettbewerbsfähigkeit weiterhin gesteigert werden. Viertens sollten Diversifikationsstrategien, Investitionen in Forschung und Entwicklung (F&E) und Vorratskapazitäten für strategische Rohstoffe, Batterien und Pharmaprodukte verfolgt werden. Fünftens sollten in strategische Branchen, in denen Europa hinter China zurückliegt, Direktinvestitionen in Kombination mit Technologietransfers und Joint Ventures in der EU gefördert werden, vergleichbar mit dem chinesischen Modell in den 2000er Jahren.

Eine begründete Zukunftsskizze der Handelsbeziehungen

Führt man die bisherigen Erkenntnisse zusammen, liegt es nahe, dass die deutsche Wirtschaft, eingebettet in eine entsprechende europäische und deutsche Wirtschaftspolitik, sich differenziert neu zu China aufstellt. Eine begründet mögliche Zukunftsskizze in vier Facetten sieht folgendermaßen aus: Auf der einen Seite werden Rohstoffabhängigkeiten und Lieferkettenengpässe durch die De-Risking-Initiativen in den Unternehmen abgebaut¹⁹, andererseits investieren deutsche Unternehmen mit der neuen Strategie „in China für China“, um unabhängiger von den geopolitischen Risiken den innovations-, nachfrage- und wettbewerbsstarken Markt zu bespielen.²⁰ Drittens drängen chinesische Unternehmen noch stärker als bisher auf den deutschen Markt, um Fuß in dem wichtigsten europäischen Markt zu fassen und ihre teilweisen Überkapazitäten, die auch im Rahmen der Subventionen aus der „Made in China 2025“-Strategie entstanden sind, an die deutschen Verbraucher zu bringen. Somit treten sie in einen noch stärkeren direkten Wettbewerb mit den deutschen Unternehmen.²¹ Viertens entsteht eine neue Landschaft aus Joint Ventures von europäischen und chinesischen Unternehmen, um im Innovationsrennen der Zukunftstechnologien aufzuholen, die sich vor allem in Deutschland aufgrund des positiven gesellschaftlichen und politischen Blickes niederlassen. Wenn diese Zukunftsskizze mindestens teilweise eintritt, bedeutet dies, dass sich die deutschen Unternehmen auf eine neue Art und Weise mit den chinesischen Wettbewerbern auseinandersetzen müssen und die Kontaktpunkte der chinesischen und deutschen Wirtschaft nicht weniger werden, sondern im Gegenteil, und vor allem anders als in der gelernten Vergangenheit, in Anzahl und Qualität steigen.

¹⁹ DIHK (Juni 2024): Going international 2024: China-Erfahrungen und Perspektiven der deutschen Wirtschaft im Auslandsgeschäft – Ergebnisse einer Unternehmensumfrage. DIHK. <https://www.dihk.de/re-source/blob/118554/03e18b31c6c236759fd964331a9891ba/international-sonderauswertung-going-international-zu-china-fruehjahr-2024-data.pdf>, abgerufen am 09.02.2026.

²⁰ AHK (04.12.2024): Localization 3.0: German Companies Deepen Localization in China to Stay Competitive in a Challenging Market. <https://china.ahk.de/en/news/localization-3.0-german-companies-deepen-localization-in-china-to-stay-competitive-in-a-challenging-market>, abgerufen am 09.02.2026.

²¹ Matthes, J. (24.07.2025): Der China-Schock ist da – Problematische Entwicklung des Außenhandels mit China in 2025. IW-Kurzbericht, Nr. 65. Institut der deutschen Wirtschaft (IW). <https://www.iwkoeln.de/studien/juergen-matthes-proble-matische-entwicklung-des-aussenhandels-mit-china-in-2025.html>, abgerufen am 09.02.2026.

Qualitative empirische Untersuchung der Perspektive Chinas auf Deutschland

*Wenn du den Feind und dich selbst kennst, brauchst du das Ergebnis von hundert Schlachten nicht zu fürchten. Wenn du dich selbst kennst, aber nicht den Feind, wirst du für jeden gewonnenen Sieg auch eine Niederlage erleiden. Wenn du weder den Feind noch dich selbst kennst, wirst du in jeder Schlacht untergehen.*²²

Dieses alte Zitat von Sun Tzu aus „Kunst des Krieges“ ist im Original schon ca. 2500 Jahre alt, beschreibt aber nach wie vor sehr treffend, wie wichtig die Kenntnis über Fähigkeiten, Interessen und Blickwinkel seiner Partner, Wettbewerber und Konkurrenten ist. Die Realität in den deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen wird sich, wie oben argumentiert, stark verändern. Die möglichen neuen Zusammenarbeitsformen, z. B. in Joint Ventures oder projektbasierten Formaten, im Folgenden zusammenfassend Wirtschaftskooperationen genannt, könnten die Unternehmenslandschaft in Deutschland am sichtbarsten beeinflussen und sind daher besonders spannend für eine tiefere Betrachtung. Demnach wird dieser Aspekt aus der Zukunftsskizze im Folgenden fokussiert und anhand von aktueller Literatur und Interviews mit chinesischen und deutschen Expertinnen und Experten der interkulturellen Handelsbeziehungen, die Perspektiven und Blickwinkel der chinesischen Wirtschaft auf Deutschland, die deutsche Wirtschaft, das Potential für Wirtschaftskooperationen und mögliche Erfolgsfaktoren analysiert. Es wurden im Zeitraum Oktober bis Dezember 2025 acht 60–90-minütige halbstandardisierte Interviews mit Experten, die über unterschiedliche Hintergründe und Branchenerfahrungen verfügen und sich alle durch mehrjährige und praktische Berufserfahrungen in den deutsch-chinesischen Handelsbeziehungen auszeichnen, geführt. Die jeweilige relevante Expertise für die Forschung ist durch die Arbeit in chinesischen Unternehmen in Deutschland, in der Vermittlung von deutsch-chinesischen Wirtschaftsprojekten oder durch die Beschäftigung mit dem Export nach Deutschland entstanden. Die Interviews wurden durch einen der Autoren (Lutz Legge) entweder persönlich in China oder remote geführt, anonymisiert und vertraulich dokumentiert, um die Offenheit der Antworten zu fördern, und klassisch qualitativ analysiert. Der Interviewaufbau, die konkreten Fragen und die spätere Auswertung haben sich an drei Forschungsfragen orientiert: erstens die Perspektive der chinesischen Wirtschaft auf Deutschland, zweitens das Potential für Wirtschaftskooperationen in Deutschland und drittens Erfolgsfaktoren für mögliche Wirtschaftskooperationen. Die Interviewdaten wurden mittels explorativer qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet, indem relevante Textsegmente induktiv aus dem Material kategorisiert, thematisch gebündelt und zu übergeordneten inhaltlichen Clustern zusammengeführt wurden.²³ Die folgenden Ergebnisse aus der Literaturanalyse und den Interviews haben große Überschneidungsmengen und zeichnen ein gemeinsames Bild der chinesischen Sicht.

²² Tzu, S. (2008): The art of war. In: Mahnken, T., Maiolo, J., & Maiolo, J.A. (Eds.). (2008). Strategic Studies: A reader (1st ed.), S. 63-91. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203928462>

²³ Mayring, P., & Fenzl, T. (2019): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Baur, N., Blasius, J. (eds.), Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, S. 633-648. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_42

Einordnung in den Hochschulkontext

Die FOM Hochschule für Oekonomie & Management engagiert sich seit vielen Jahren in der deutsch-chinesischen Hochschulkoooperation und bündelt diese Aktivitäten in der FOM German-Sino School of Business & Technology (GSSBT). In enger Zusammenarbeit mit chinesischen Partneruniversitäten werden kooperative Studienprogramme und Forschungsaktivitäten umgesetzt; dazu zählt auch die Kooperation mit der Shanxi University of Finance and Economics (SUFE) in Taiyuan. Vor diesem Hintergrund ist auch der vorliegende Beitrag entstanden: Wir (Lutz Legge und Andreas Stoffers) haben den Artikel während eines gemeinsamen Lehraufenthaltes in Taiyuan/China ausgearbeitet.

Attraktive Rahmenbedingungen treffen auf Strukturreformdruck

Die bisherige Quellen- und Informationslage über die chinesische Perspektive auf Deutschland und die deutsche Wirtschaft ist sehr dünn, insbesondere wenn man auf aktuelle Erkenntnisse, in diesem Artikel als die Zeit nach der Corona-Pandemie ab 2022 oder jünger definiert, setzen möchte. Eine Analyse über die Sicht von chinesischen Unternehmern in Nordrhein-Westfalen über das deutsche Wirtschaftsumfeld ergibt, dass politische und wirtschaftliche Stabilität, ein positives Deutschlandbild anfassbar an dem Qualitätszeichen „Made in Germany“, eine gute logistische Infrastruktur, ein stabiles Rechtssystem, gut ausgebildete Fachkräfte und Deutschland als größter EU-Markt und als Zugang zum EU-Markt als positive Faktoren gesehen werden. Als negativ werden die unvorteilhafte Berichterstattung über China, die starke Politisierung von Handelsaktivitäten, das negative Image für chinesische Investitionen in Deutschland und Handelsaktivitäten mit China, die schlechte technologische Entwicklung und Digitalisierung, die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung, die undurchsichtige, komplexe und ineffiziente Bürokratie und das Steuerrecht, die qualitativ schlechte und langsame Arbeit der Ausländerbehörde sowie die Schwierigkeiten beim Finden hochwertiger Mitarbeiter bewertet.²⁴ Die deutsche Stärke wird im Bild von dem Bau des perfekten Getriebes gezeichnet, Fehler in der Produktion sollten in jedem Fall vermieden werden, wodurch ein sehr hohes Qualitätsverständnis herrscht. Es gibt eine deutlich höhere Risikoaversion, wodurch falsche Entscheidungen stärker kulturell und teilweise auch von den Behörden bestraft werden.²⁵ Weiterhin wird in Deutschland ein großer wirtschaftlicher und struktureller Reformbedarf gesehen, der eine möglicherweise länger anhaltende Krise bedeutet.²⁶ Als Gründe für die wirtschaftlichen Herausforderungen werden die Verlangsamung des technologischen Fortschritts, die Starrheit des Arbeitsmarktes, Schwierigkeiten bei der industriellen Umstrukturierung und die Folgen der Energiekrise und der daraus folgenden Inflation gesehen. Zusätzlich belasten der zunehmende Handelsprotektionismus und die geopolitischen Spannungen die Lieferketten von wichtigen Rohstoffen und Vorprodukten.²⁷ China wird im Bereich der industriellen Transformation, u. a. hin zu grünen

²⁴ Heberer, T. & Shpakovskaya, A. (2023): „Investieren oder nicht investieren?“ Wie chinesische Unternehmen das Investitionsumfeld in NRW sehen. Deutsch-Chinesische Wirtschaftsvereinigung (DCW). https://www.dcw-ev.de/files/dcw-businesspraxis/DCW-Businesspraxis_02-HEB.pdf, abgerufen am 09.02.2026.

²⁵ Han, Z. (07.02.2025): German and Chinese Start-ups Compared: Why and how speed and culture matter greatly for business success in the digital economy of the 21st century. The Globalist. <https://www.theglobalist.com/china-ger-many-business-innovation-economy-entrepreneurship/>, abgerufen am 09.02.2026.

²⁶ Noesselt, N. (2023): Zwischen „Zeitenwende“ und Endzeitstimmung: Chinas Blick auf die deutsche Politik. In: Korte, K. R., Richter, P. & von Schuckmann, A. (eds.), Regieren in der Transformationsgesellschaft. Studien der NRW School of Governance, S. 73–79. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-41285-2_8

²⁷ Global Times. (13.11.2024): GT Voice: Pragmatism key for EU to improve trade with China. <https://www.global-times.cn/page/202411/1323020.shtml>, abgerufen am 09.02.2026.

Technologien als ein guter Partner für Deutschland gesehen und entsprechende Wirtschaftskooperationen und Greenfield-Investitionen in Deutschland als anstrebenswert bewertet.²⁸ In diesem Zusammenhang appellieren chinesische Zeitungen für den Aufbau auf der erfolgreichen chinesisch-deutschen Vergangenheit und der Wiederbelebung des Ausbaus der wirtschaftlichen Beziehungen.²⁹

Positives Deutschlandbild mit verhaltener Zukunftserwartung

Die erste Frage der Interviews beschäftigt sich mit der chinesischen Perspektive auf Deutschland, die deutsche Wirtschaft und die Wettbewerber. Das allgemeine Bild über Deutschland ist ein positives. Deutschland wird als politisch, gesellschaftlich und wirtschaftlich stabiles, freundliches, gut entwickeltes Land gesehen. Die geografische und ökonomische Position als Zentrum Europas macht Deutschland zu einem idealen Standort für die Expansion auf den hoch interessanten und lukrativen europäischen Markt. Das Bild über die Wirtschaft ist von den Kernindustrien Automobil, Maschinenbau, Medizintechnik und Chemie geprägt, denen eine hohe Reputation und Qualität zugesprochen wird. Die deutsche Wirtschaft wird für ihre jahrzehntelange Erfahrung und Expertise im Arbeiten auf einen hohen Standard geschätzt, wodurch ihr ein großes Know-how zugesprochen wird. In der Kombination aus gesellschaftlicher, politischer Stabilität und kontinuierlich positiver wirtschaftlicher Entwicklung entsteht die Stärke im langfristigen Denken und der Fokussierung des langfristigen Erfolgs. Es werden immer zwei Fähigkeitsbereiche genannt, in denen die deutschen Unternehmen überlegen sind. Erstens durch Kreativität, Grundlagenforschung und Erfindergeist die ersten 15 % einer Innovation hervorzu bringen. Am Ende des Innovationszyklus steht die zweite deutsche Stärke mit der Perfektionierung auf ein langlebiges, qualitativ hochwertiges, zuverlässiges Premiumprodukt mit starkem Markenimage, sprich das Produkt von 80 % auf 100 % zu entwickeln. Gleichzeitig wird dies auch als Schwäche gesehen, da durch einen zu perfektionistischen Anspruch die Innovationszyklen zu langsam sind und man nicht mit dem Marktfortschritt mithalten kann. Die Faszination für Deutschland und deutsche Produkte als die technische Innovationsspitze hat in den letzten Jahren stark nachgelassen, als anfassbare Beispiele werden die überkommene Bargeldverbreitung und die nur durchschnittlichen Elektroautos genannt. Dies bettet sich ein in einer insgesamt sehr getrübten Perspektive auf die aktuelle und prognostizierte Entwicklung der deutschen Wirtschaft, wobei das Bild gezeichnet wird, dass Deutschland stehen bleibt, während die anderen, vor allem China, mit hoher Geschwindigkeit im Überholprozess sind. Zusätzlich werden die hohen Kosten für Arbeit, Steuern und Bürokratie als Hemmnis für die Entwicklung genannt.

Hohe Attraktivität von Wirtschaftskooperationen durch Best-of-both-Worlds-Ansatz

Die zweite Fragestellung an die Expertinnen und Experten beschäftigt sich mit der Attraktivität von Wirtschaftskooperationen, z. B. in Form von Joint Ventures, von deutschen und chinesischen Unternehmen in Deutschland aus chinesischer Perspektive. Insgesamt wird ein großes Potential gesehen, was sich in zwei Hauptargumenten ausdrückt. Erstens der gegenseitige Marktzugang. Chinesische Unternehmen tun sich noch schwer damit, den deutschen und europäischen Markt zu erobern. Der Marktzugang wird durch eine Kooperation mit einem einheimischen Unternehmen enorm erleichtert und erhöht das Umsatz- und Gewinnpotential der chinesischen Unternehmen deutlich. Gleichzeitig wird betont, dass reziprok auch die deutschen Unternehmen von dem verbesserten Marktzugang nach

²⁸ Yongsheng, Z. (06.03.2025): Promoting China-Germany trade co-op to boost China-EU relations. Global Times. <https://www.globaltimes.cn/page/202503/1329611.shtml>, abgerufen am 09.02.2026.

²⁹ Global Times. (13.11.2024): GT Voice: Pragmatism key for EU to improve trade with China. <https://www.global-times.cn/page/202411/1323020.shtml>, abgerufen am 09.02.2026.

China profitieren, wodurch beidseitig eine erfolgreiche Expansion und bessere wirtschaftliche Positionen in den wichtigsten Märkten von Europa und Asien erreicht werden.

Die chinesische Wirtschaft profitiert aktuell von sehr förderlichen Rahmenbedingungen, wodurch eine starke Gesamtentwicklung entsteht. Die Gesellschaft ist deutlich innovationsfreudiger und offener für neue Technik, auch wenn diese noch nicht vollständig fehlerfrei läuft, das Ausprobieren zählt. Unterstützt wird dies durch eine Kultur der Einhaltung von Deadlines und Bürokratievermeidung wie z. B. die Schaffung von Innovationszonen wie der Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area (GBA), wo größere Freiräume für Experimente in realen Umgebungen existieren. Der aktuell enorme Wettbewerb in den strategischen Industrien treibt die Qualität der Produkte und Lösungen voran und sorgt für die Notwendigkeit im Innovationsrennen mitzuhalten. Die Stärke der chinesischen Unternehmen wird in der kurzen Entwicklungszeit, den schnellen Innovationszyklen, der hohen Flexibilität und dem Anspruch, dass 80 % Lösungen völlig ausreichend sind, gesehen. Zusätzlich gibt es eine sehr effiziente Produktion mit einer günstigen Lieferkette, geringen Lohnkosten, schnellerer Lieferzeit und kundenorientierten After-Sales-Services.

Die Stärken der deutschen Unternehmen mit Kreativität die ersten 15 % einer Innovation zu entwickeln, diese mit hohem Anspruch an Zuverlässigkeit und Qualität von 80 % auf 100 % bringen, zu einem Premiumprodukt zu perfektionieren und mit einer langfristigen Perspektive in einer imagestarken Marke zu verkaufen, könnten nicht unterschiedlicher zu den Stärken der chinesischen Unternehmen sein, die in hoher Flexibilität, kurzfristiger Erfolgsperspektive, schnellen Innovationszyklen und schlanker Produktion liegen. Und gerade deshalb wird in der Kombination und Zusammenführung dieser völlig anderen Denkweisen, Fähigkeiten und Kulturen der zweite große Vorteil von Wirtschaftskooperationen gesehen. In einer Wirtschaftskooperation können beide voneinander lernen und ihre jeweiligen Stärken für die konkret benötigten Phasen und Herausforderungen einbringen und bilden somit ein sich ergänzendes und stärkendes Team. Deutschland und China haben mit den Joint Ventures in den 2000ern in China sehr gute Erfahrungen gemacht. Warum sollte es nicht umgekehrt wieder funktionieren?

Erfolgsförderung durch strategische, ergänzende Partnerschaft auf Augenhöhe

Wirtschaftskooperationen in Deutschland sind aus chinesischer Perspektive also hochspannend und attraktiv. Somit stellt sich die Anschlussfrage, worin die vermuteten Erfolgsfaktoren liegen. Es werden vier zentrale Erfolgsfaktoren aus chinesischer Sicht genannt. Der Erste liegt in der Schaffung der Grundlage mit förderlichen Rahmenbedingungen und einer strategischen Ausrichtung auf die Wirtschaftskooperationen durch die Regierungen von Deutschland und China. Zweitens muss eine klare, transparente Strategie entworfen, verabschiedet und verfolgt werden, die den beidseitigen und den jeweiligen Nutzen in der kurz- und langfristigen Perspektive zeigt. Drittens spielt Vertrauen, offene Kommunikation, Ehrlichkeit und Verlässlichkeit in Kombination mit interkulturellem Verständnis für die chinesische Seite eine entscheidende Rolle und darf nicht als vermeintlich softer Faktor vernachlässigt werden. Viertens benötigt es eine Haltung, die sich bewusst ist, dass im Unterschied die Kraft liegt, beide Seiten ihren eigenen Charakter behalten und so auch langfristig der Mehrwert der Kooperation vorhanden ist.

Strategische Praxisimplikationen und zentrale Handlungsfelder

Die deutsch-chinesischen Beziehungen sind komplex und vielschichtig. Allein die wirtschaftliche Situation bedarf einer Analyse mit hoher Differenzierung. Aus Basis der Erkenntnisse lassen sich vier Punkte aufzeigen, die für die positive wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands angegangen werden sollten:

1. Die baldige Veränderung der Wirtschaftsbeziehungen scheint sicher, die Zufriedenheit mit dem zukünftigen Status ist es nicht. Es deutet viel darauf hin, dass Deutschland von Lieferketten- und Rohstoffresilienz bis High-Tech-Kooperationen die gesamte wirtschaftspolitische Toolbox für eine aktive Gestaltung entlang der strategischen Interessen vorteilhaft nutzen könnte.
2. China hat u. a. klare Vorteile in Bezug auf Innovationsgeschwindigkeit, Pragmatismus und Bürokratievermeidung. Deutschland könnte kooperativ von und mit China lernen oder einen alternativen Weg aufzeigen, die strategischen Nachteile zu verkleinern. Ein ehrlicher Umgang mit den eigenen Schwächen kann hierbei helfen.
3. Deutschland hat in der chinesischen Perspektive ein positives Image. Der größte Markt und die zentrale Lage ist für den europäischen Marktzugang hochattraktiv und deutsche Marken haben nach wie vor ein sehr hohes Ansehen. Deutschland könnte selbstbewusst die eigenen Stärken einsetzen, um durch diese Wettbewerbsvorteile zu profitieren.
4. Erfolgreiche Wirtschaftskooperationen erscheinen als keine Selbstläufer. Es liegt nahe, dass Transparenz, Vertrauen, eine klare Strategie und der Respekt der Eigenständigkeit entscheidend sind. Die Achtung und Förderung dieser Schlüsselfaktoren können die Chance für langfristige Erfolge und gegenseitige Mehrwerte erhöhen.

Fazit

Der Artikel konzentriert sich auf die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und China und versucht das Verständnis für die chinesische Perspektive zu fördern. Andere Aspekte der bilateralen Beziehung, wie politische oder gesellschaftliche Faktoren, bleiben hier bewusst unberücksichtigt. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sich Politik und Wirtschaft künftig auf die Bearbeitung der unterschiedlichen, miteinander verflochtenen Handlungsfelder vorbereiten müssen, um die Potentiale und Herausforderungen bilateraler Kooperationen und Wettbewerbssituationen systematisch zu adressieren. Hierdurch können langfristig nachhaltige und effektive Wirtschaftsbeziehungen gestaltet werden.

Danksagung

Wir danken der FOM German-Sino School of Business & Technology (GSSBT) und der Sino-German School of Shanxi University of Finance and Economics (SXUFE) für die wertvolle Unterstützung bei der Durchführung dieser Studie. Besonderer Dank gilt den Lehrenden und Mitarbeitenden, die durch ihre fachliche Beratung und die Möglichkeit zur Vernetzung mit Expertinnen und Experten entscheidend zum Gelingen beigetragen haben. Außerdem danken wir den beteiligten Interviewpartnern für ihre Zeit und die Bereitschaft, ihre Erfahrungen und Einsichten zu teilen.

Dieser Beitrag stellt die Meinung der Autoren dar und spiegelt nicht grundsätzlich die Meinung der Hochschule wider.

Folgende Veröffentlichungen sind bisher in dieser Reihe erschienen:

Streiflicht VWL, Nr. 18 (Dezember 2025), Reichel, R.: [Armut im Süden durch Reichtum im Norden? Warum Sie KI besser nicht fragen sollten!](#)

Streiflicht VWL, Nr. 17 (November 2025), Holtfort, T.: [Narrative Ökonomik: Grundlagen, Methoden und Anwendungsfelder.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 16 (März 2025), Reichel, R.: [Verteidigungsausgaben auf dem Prüfstand: Zwischen Nato-Zielen und ökonomischer Realität.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 15 (Februar 2025), Freytag, A. und Rebeggiani, L.: [Ein Neustart für Deutschland – Reform Impulse für 2025.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 14 (Juni 2024), Kladroba, A.: [Die Verteilung von bezahlter und unbezahlter Arbeit auf Männer und Frauen: Eine politische Diskussion.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 13 (Mai 2024), Rebeggiani, L.: [Die blockierte Republik: Bürokratie als Wachstumshemmnis in Deutschland.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 12 (Mai 2023), Lerch, A.: [Klimapolitik 2023: Widersprüchliche Signale.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 11 (April 2023), Clauss, M., Pöllmann, G. und von Jan, S.: [Erfüllen Kryptowährungen die elementaren Geldfunktionen?](#)

Streiflicht VWL, Nr. 10 (März 2023), Reichel, R.: [Determinanten der Umweltqualität: Wohlstand und marktwirtschaftliche Umweltqualität.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 9 (April 2022), Rebeggiani, L.: [Les jeux sont faits – Eine ordnungspolitische Analyse des Glücksspielstaatsvertrages von 2021.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 8 (September 2021), Altmiks, P.: [Die 10. GWB-Novelle – die passende Antwort auf digitale Vermachtung?](#)

Streiflicht VWL, Nr. 7 (September 2021), Clauss, M., Pöllmann, G.: [Europas Unternehmenssektor im Wandel – Eine evolutionsökonomische Analyse zum sich ändernden Sektorenmix.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 6 (April 2021), Kladroba, A.: [Regionale Disparität von Forschung und Entwicklung: Was hat sich in den Jahren verändert?](#)

Streiflicht VWL, Nr. 5 (März 2021), Fritsche, C.: [The Expected Impact of COVID-19 on the Housing Market.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 4 (Juli 2020), Reichel, R.: [Zur Wirksamkeit der Geldpolitik der Europäischen Zentralbank.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 3 (Mai 2020), Clauss, M., Pöllmann, G.: [Deflation oder Inflation? Zur Auswirkung der Corona-Krise auf die Entwicklung des Preisniveaus und die Folgen für die Kapitalmärkte.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 2 (April 2020), Wohlmann, M., Rebeggiani, L. und Wilke, C.: [Was kommt nach dem großen Shutdown? Die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise.](#)

Streiflicht VWL, Nr. 1 (März 2020), Wohlmann, M., Rebeggiani, L.: [Fluch und Segen globaler Wertschöpfungsketten angesichts der aktuellen Coronavirus-Krise.](#)