

Chinabild in Deutschland

Analyse der wirtschaftsbezogenen China-Artikel aus der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* des Jahres 2006¹

Zhao Jin
(Shanghai)

1. Einleitung

Die Geschichte der Chinabilder in Europa/Deutschland begann bereits im Mittelalter, als Marco Polo im 13. Jahrhundert China durch seine Reiseschilderungen den Europäern vorstellte, obwohl sein Werk viele Phantasievorstellungen enthielt. Im 17. und 18. Jahrhundert war das deutsche Chinabild, entstanden durch die Beschreibungen der Jesuiten in China, schön gefärbt. China wurde als ein Land mit einem idealen konfuzianischen Staatswesen und einer idealen Kultur vorgestellt, was auf die französischen und deutschen Aufklärer eine große Faszination ausübte. Für sie war China eine auf Vernunft und Humanität gegründete Gesellschaft und Kultur. Diese Chinabegeisterung zeigte sich nicht nur bei gebildeten Schichten in ihrem geistigen Leben, sondern auch im materiellen Leben des damaligen Europas, in der sogenannten „Chinoiserie“. Allerdings wurde mit dem Anbruch des neuen Zeitalters das deutsche Chinabild im 19. Jahrhundert ins Negative verkehrt, geprägt von den europäischen Kaufleuten und protestantischen Missionaren in China. Das frühere Ideal der ordnungsvollen Dauerhaftigkeit Chinas war in der Zeit der europäischen Industrialisierung und Kolonialisierung somit in die Verachtung der Stagnationen und Fäulnis umgeschlagen. Im ausgehenden 19. Jahrhundert wurde der Fremdenhaß so stark geschürt, daß von der „Gelben Gefahr“ die Rede war. An diesem negativen Chinabild wurde ein Jahrhundert lang festgehalten und erst nach dem Ersten Weltkrieg im Prozeß der geistigen Modernisierung Chinas durch die Revolution von 1911 und durch die Vierte-Mai-Bewegung im Jahr 1919 verbesserte es sich wieder. Jedoch bestand dieses relativ positive Chinabild nicht so lange, da das negative Chinabild nach dem Zweiten Weltkrieg und nach der Gründung der V.R. China 1949 bereits wieder auflebte. China wurde als „totalitäres Monster“ und ein Riesenheer von „blauen Ameisen“ dargestellt, obwohl in der Kulturrevolution (1968-1978) ein verheißungsvolles maoistisches Chinabild in der deutschen Intellektuellenwelt existierte.²

¹ Dieser Artikel ist Ergebnis eines Forschungsprojektes, gefördert durch den *Fonds der Tongji-Universität zur Förderung des Akademischen Austauschs mit Deutschland*.

² Vgl. Rüdiger Machetzki, *Das Chinabild der Deutschen*. In: Rüdiger Machetzki (Hg.), *Deutsch-chinesische Beziehungen. Ein Handbuch*. Hamburg 1982, S. 3-12. Martin

Das deutsche Chinabild war in der Geschichte großen Wandlungen unterworfen und hat kein statisches Dasein. Denn die Änderung der chinesischen Gesellschaft, der Beziehung zwischen den beiden Ländern sowie des Selbstbildes der Deutschen können alle zur Wandlung des Chinabildes in Deutschland führen.

Wie ist aber das aktuelle Chinabild in Deutschland? Denn seit der Reform- und Öffnungspolitik im Jahr 1987, insbesondere aber seit der Jahrtausendwende hat sich die chinesische Wirtschaft rasant entwickelt.³ Dementsprechend haben sich auch die Handelsbeziehungen zwischen China und Deutschland positiv entwickelt.⁴ Chinesische Produkte werden in Deutschland immer präsenter. Wenn sie vor zehn Jahren in Deutschland auch noch selten waren, so zieren heutzutage mannigfaltige Waren aus China die Auslagen deutscher Kaufhäuser. Wie der Aufstieg der chinesischen Wirtschaft in Deutschland wahrgenommen und welches Wirtschaftsbild Chinas dort entsprechend vertreten wird, ist allerdings bislang noch unerforscht.

Im vorliegenden Beitrag wird versucht, das deutsche Chinabild im Wirtschaftsbereich zu rekonstruieren, indem die Artikel aus der *FAZ*⁵ des Jahres 2006⁶ analysiert werden, die China im Wirtschaftszusammenhang thematisieren.

Woesler, Zwischen Exotismus, Sinozentrismus und Chinoiserie/Européerie. Bochum 2006.

³ Im Jahr 2005 ist China bereits die viertgrößte Volkswirtschaft und drittgrößte Handelsnation in der Welt geworden.

⁴ Das bilaterale Handelsvolumen erhöhte sich zwischen 1993 und 1996 von 23,4 Mrd. DM auf 28,8 Mrd. DM und erreichte 2000 circa 35 Mrd. DM (vgl. Jin Zhao, Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache: Ein didaktisches Modell – dargestellt am Beispiel der chinesischen Germanistik-Studiengänge. Tübingen 2002 (= Forum für Fachsprachen-Forschung 59), S. 150), während es nach dem Bundesamt für Statistik 2005 bereits 62 Mrd. Euro und 2006 sogar 76,2 Mrd. Euro betrug (vgl. <http://ims.destatis.de/aussenhandel/Default.aspx>, Zugriffsdatum am 06.08.2007).

⁵ Da die *FAZ* als eine überregionale Tageszeitung mit ihrer im Verhältnis zu anderen deutschen Zeitungen größten Auslandsverbreitung sowie ihrer hohen Auflage im Inland einen großen Marktanteil aufweist, kann sie zu einem wichtigen Teil die Gesellschaftsmeinung bzw. -stimmung vertreten bzw. entscheidend beeinflussen.

⁶ Der zwingende Grund, das Wirtschaftsbild Chinas gerade im Jahr 2006 zu untersuchen, liegt darin, daß das Jahr 2005 als Wendejahr in Bezug auf die Entwicklungsdimension der chinesischen Wirtschaft und auf die weltweite Einstellung dazu angesehen werden kann. China hat im Jahr 2005 durch seine verschiedenen wirtschaftlichen Handlungen und Ergebnisse weltweit auf sich aufmerksam gemacht: Der Aufstieg zur viertgrößten Wirtschaftsnation mit einem Bruttoinlandsprodukt von 2.226 Mrd. US\$, die Aufwertung der chinesischen Währung aufgrund des internationalen Drucks, der Textilstreit mit der EU und strategische Schritte in der Energiewirtschaft sowie anderen Branchen, wie der Auftritt von Lenovo auf dem Weltmarkt durch die Übernahme eines Fertigungsbereichs von IBM, das Scheitern des Übernahmeversuches der US-Erdölfirma Unocal durch den chinesischen Konzern CNOOC usw. (vgl. VR China – Wirtschaftsentwicklung 2005. <http://www.bfai.de/fdb-SE,MKT20060406080931,Google.html> Zugriffsdatum am

2. Überlegungen zur Untersuchungsmethode

Textanalyse ist nicht lediglich eine linguistische Analyse, sondern viel mehr eine Diskursanalyse, die Teil der Sozialforschung ist. Denn „texts as elements of social events have causal effects – i.e. they bring about changes.“⁷ Sie repräsentieren nämlich die Welt und können die Welt auch z.T. ändern. Allerdings dient die linguistische Analyse als Mittel zum Zweck.

Die Untersuchung des deutschen Chinabildes im Wirtschaftsbereich anhand von Artikeln aus der *FAZ* erfolgt quantitativ und qualitativ. Quantitativ wird die Menge der Texte ermittelt und nach dem Inhalt kategorisiert, um einen Überblick zu bekommen. Qualitativ werden die einzelnen Texte in verschiedenen Inhaltskategorien konkret analysiert, und zwar auf drei Ebenen:

- 1) Auf der Makroebene wird der Textaufbau untersucht.
- 2) Auf der Mesoebene wird v.a. gefragt,
 - welche Elemente (was, wer, wen, wann, wo, Medium, Umgebung) bei den Berichten betont, welche ausgelassen, welche marginal behandelt, welche konkret und welche abstrakt dargestellt werden.
 - welche Ideologie als Stütze bei der Argumentation dient.
 - wie die verschiedenen Meinungen präsentiert und wie sie bewertet werden.
 - mit welcher Modalität etwas beschrieben oder ausgesagt wird (mit Bestimmtheit oder Vermutung, mit sachlicher Darstellung oder emotionaler Behauptung, direkt oder indirekt usw.).
- 3) Auf der Mikroebene werden die Satzstruktur und die Wortwahl untersucht.

Insgesamt soll die Untersuchung den folgenden Fragen nachgehen, damit das Chinabild rekonstruiert werden kann:

- Welche Aspekte des Wirtschaftslebens in China werden selektiert und dargestellt?
- Welche Einstellungen dazu werden vermittelt?
- Welche Kommunikationszwecke verfolgt der jeweilige Text (Informieren, Appellieren, Warnen, Argumentieren, Werben usw.)?

12.08.2007; Erich Follath, Der Treibstoff des Kriegs. In: Siegel spezial, Nr. 5/2006. S. 6-17, hier S. 13).

⁷ Norman Fairclough, *Analysing Discourse. Textual analysis for social research.* London and New York 2003, S. 8.

3. Forschungsergebnis

Insgesamt wurden 179 Artikel aus der *FAZ* des Jahres 2006 ermittelt, die China im Zusammenhang mit Wirtschaft thematisieren. Diese können nach folgenden Inhaltskategorien gruppiert werden:

Inhaltskategorie	Anzahl der Artikel
Ch. Unternehmen im globalen Wettbewerb	18
Ausländische Unternehmen in China - darunter über deutsche Unternehmen in China	47 (23)
China im Wandel - über Ereignisse in China - über China in der Welt	49 (24) (25)
Konflikte zwischen China und dem Westen - ch. Export nach Europa - Aufwertung der ch. Währung - Verletzung des Rechts am geistigen Eigentum in China - weltweite Rohstoffjagd Chinas	38 (5) (19) (7) (7)
Dt. Einstellungen und Maßnahmen gegenüber Konkurrenz aus China	12
Analyse der ch. Wirtschaft	15

ch. = chinesisch, dt. = deutsch

Im Folgenden wird versucht, die einzelnen Aspekte des Chinabildes vorzustellen, die sich durch die genaue Analyse der Artikel herauskristallisiert haben.

3.1 China als Wirtschaftswunderland, das die anderen in seinen Bann zieht

Nach dem Wirtschaftsnobelpreisträger Robert Mundell holt China seit Jahren so rapid auf, daß es selbst das deutsche Wirtschaftswunder aus der Erhard-Ära in den Schatten stellt („Nobelpreisträger Mundell rügt den Druck auf China“ am 10.08.2006). Insofern ist es kein Wunder, daß voller Emotion von „China-Fieber“, dem „Anlagemekka China“, „China-Euphorie“ („Willkommener Dämpfer“ am 29.04.2006) oder „[der] allgemeine[n] China-Begeisterung“ sowie „China-Wetten“ („Ein leiser Warnschuß aus Peking“ am 02.05.2006) die Rede ist. Auf wissenschaftlicher Ebene lohnt sich bereits eine nüchterne Analyse, warum China am Ende des 20. Jahrhunderts endlich ein Wachstum entwickeln konnte, das den Hunger zurückdrängt, wie sie in dem Artikel „Riesen in der Weltwirtschaft“ (am 07.01.2006) ausführlich vorgenommen worden ist. Auf dem Finanzmarkt übt China ebenfalls als

sogenanntes „Anlagemekka“ weltweit eine besondere Anziehungskraft aus. Es gibt nicht nur China-Fonds zu kaufen („China-Fonds sind etwas für mutige Anleger mit Geduld“ am 29.04.2006), sondern man kann auch Aktien aus China an heimischen Börsenplätzen erwerben:

1. Während in Shanghai und Hongkong die Anleger über hohe Zeichnungsgewinne beim Börsengang der chinesischen Großbank ICBC jubeln,⁸ schauen die deutschen Anleger weitgehend **in die Röhre. Das müssen sie aber gar nicht.** [...] An heimischen Börsenplätzen wie Frankfurt, München, Stuttgart oder Berlin wird die Aktie schon gehandelt. („Chinesische Aktien auch an deutschen Börsen“ am 28.10. 2006)

Mit dem Verb „jubeln“ und der Redewendung „in die Röhre schauen“ werden Emotionen wie Enthusiasmus und Enttäuschung polarisiert und zugleich lebendig ausgedrückt. Durch die Verneinung „Das müssen sie aber gar nicht“ wird nicht nur das Interesse an ICBC-Aktien geweckt, sondern auch zum Handeln aufgerufen, und somit die beste Werbung für diese Aktie gemacht. In der Tat fungiert China bereits als eine Art Etikett auf dem Finanzmarkt, denn „[es klingt] beinahe so, als könnte man alles verkaufen, wenn man China draufschreibt.“ Und man schwärmt: „China – das ist Zukunft.“ („Noch vor kurzem unmöglich“ am 20.09.2006)

Selbst die Artikel selbst benutzen in manchen Fällen im Titel das Wort „China“ als Blickfang. Mit „China erhält mehr Einfluß im Währungsfonds“ (am 26.08.2006) und „Höhere IWF-Quote für China“ (am 19.09.2006) z.B. wird der Inhalt betitelt, daß das Mitspracherecht von den vier Schwellenländern China, Südkorea, Türkei und Mexiko im Internationalen Währungsfonds vergrößert wird. China wird somit unter den vier Ländern für den Titel herausgegriffen. Mit dem Zitat des Heidelberg-Vorstandsvorsitzenden Bernhard Schreier „In China ist deutsche Technik gefragt“ (am 08.04.2006) wird auch nicht allein über den chinesischen Markt gesprochen, sondern anlässlich der höheren Dividendenausschüttung des Unternehmens in dem Geschäftsjahr eher über die mögliche positive Entwicklung des Unternehmens sowie seinen Umsatz international auf verschiedenen Märkten. China wird dabei lediglich einer von insgesamt neun Abschnitten gewidmet, ist aber trotzdem zum Titel aufgestiegen.

3.2 China als wirtschaftlich aufstrebendes Land voller Ambitionen

Chinesische Unternehmen werden so dargestellt, daß sie sich auf einem Expansionskurs befinden. Computerhersteller, Ölkonzerne, Automobilproduzenten usw. wagen gerade über die Landesgrenze hinaus auf den internationalen Markt zu gehen, um ausländische Unternehmen zu übernehmen,

⁸ Die Fettbetonung in diesem Artikel wird von der Autorin markiert.

im Ausland zu produzieren und zu verkaufen. Dabei versuchen die chinesischen Banken durch ihren Börsengang als internationale Größe aufzusteigen. Zugleich bemüht sich China um eine qualitative Änderung seines Exports von arbeitsintensiven zu technisch intensiven Produkten. So wird z.B. danach gestrebt, „China zu einer wirklich starken Automobilnation zu machen“ (vom damaligen Handelsminister Bo Xilai geäußert), und zwar nach der Planung, daß „Fahrzeuge in spätestens einem Jahrzehnt der nächste Exportschlager der Volksrepublik sein [sollen]- nach Spielzeug, Kleidung und Elektronikprodukten“ („China will den Fahrzeugexport vorantreiben“ am 21.08.2006).

Um die Ambition und den aufstrebenden Geist Chinas zu akzentuieren, werden unterschiedliche Sprachmittel eingesetzt.

China wird z.B. metaphorisch als anstürmende Truppe auf einem Schlachtfeld oder auf einem Sportplatz beschrieben, die eine Aufholjagd oder einen Eroberungsfeldzug unternimmt:

2. [Der] chinesische Hersteller **[ist]** als Anbieter für den professionellen Einsatz auf dem Weltmarkt schon **an der ehemaligen Nummer eins Acer vorbeigezogen** [...]. Auch in Deutschland sei Lenovo in diesem Segment im vierten Quartal 2005 **Marktführer geworden**. („Lenovo verläßt den Heimatmarkt“ am 25.02.2006)
3. Mit dem Lifan 520, angetrieben von Tritec-Motoren aus Brasilien, will das Unternehmen **in den Automobilmarkt vorstoßen**. („Chinesen wollen Motorenwerk in Brasilien kaufen“ am 18.02.2006)
4. Allerdings ist das Unternehmen [China Life], [...] durch die jüngsten Kursgewinne **in die Phalanx der größten Versicherer der Welt vorgerückt**. [...] Der Marktwert stieg in dieser Woche auf mehr als 90 Milliarden Dollar, womit China Life **die beiden europäischen Versicherungsgiganten Allianz und Axa überrundet hat**. („China-Begeisterung an der Börse“ am 28.12.2006)
5. Mit einem Marktwert von rund 107 Milliarden Dollar **rückt** die Bank of China nun **in die Gruppe der zehn größten Banken der Welt**. („Bank of China stößt auf regen Zuspruch“ am 02.06.2006)
6. Die größte chinesische Staatsbank ist damit aus dem Stand auf **Rang fünf der größten Banken der Erde vordrungen**. („Größter Börsengang der Welt ist ein voller Erfolg“ am 28.10.2006)
7. Bis zum Jahr 2015 **soll** China **die größte Schiffbaunation der Welt sein**. [...] Die Chinesen könnten Südkorea womöglich noch schneller **den Rang ablaufen**. [...] Der **Eroberungsfeldzug** der Chinesen im Schiffbau hat gravierende Konsequenzen. [...] Das heißt: Der staatlich finanzierte **Frontalangriff** aus China wird über kurz oder lang auch die deutschen Werften **unter Druck setzen**. („Volle Fahrt“ am 04.11.2006)

Mit den Verben „an ... vorbeiziehen“, „vorstoßen“, „werden“, „vorrücken“, „überrunden“, „rücken“, „vordringen“, „den Rang ablaufen“ und „unter Druck setzen“ sowie dem Nomen „Eroberungsfeldzug“ und „Frontalan-

griff“ werden auf personifizierende Weise die Zielstrebigkeit und Dynamik sowie der Kampfgeist der chinesischen Unternehmen anschaulich zum Ausdruck gebracht.

Außerdem wird mit der Verwendung des Superlativs die Dimension betont, die China anstrebt bzw. schon erreicht hat. So „ist Lenovo inzwischen der drittgrößte PC-Hersteller der Welt“ („Lenovo verlässt den Heimatmarkt“ am 25.02.2006), die Industrial & Commercial Bank of China vollzieht den „größte[n] Börsengang der Welt“ („Größter Börsengang der Welt ist ein voller Erfolg“ am 28.10.2006) und ist später durch den Anstieg ihres Aktienkurses dann auch „zur größten Bank außerhalb Amerikas“ geworden („China-Begeisterung an der Börse“ am 28.12.2006), und „Chinas größter Ölkonzern hat den größten Reingewinn erzielt, den je ein asiatischer Konzern eingefahren hat.“ („Petro China erzielt Rekordgewinn“ am 21.03.2006). Dabei tritt diese höchste Stufe manchmal auch in Form einer Vermutung oder einer Voraussage auf, wie in den Ausdrücken „Eine staatlich kontrollierte chinesische Bank könnte größter Aktionär von Bear Stearns werden.“ („Chinesische Bank klopft bei Bear Stearns an“ am 18.04.2006) oder „Damit wäre der Börsengang [von Bank of China] der größte weltweit seit sechs Jahren“ („Bank of China strebt an die Börse“ am 10.05.2006).

Die chinesischen Unternehmen stellen nicht nur im Wettbewerb untereinander Rekorde auf, sie überbieten auch hintereinander den von sich selbst erzielten Rekord:

8. Unterdessen bereitet sich die Bank of China (BoC) auf den Börsengang in Hongkong vor. Mit einem prognostizierten Volumen von 9,8 Milliarden Dollar dürfte es **der größte Börsengang eines chinesischen Unternehmens** werden. Allerdings wird **der Rekord wohl nicht lange halten**. Noch in diesem Jahr will die Industrial & Commercial Bank bei ihrem Gang an die Börse rund 12 Milliarden Dollar einsammeln. Bislang **hält** die China Construction Bank **den Rekord** mit einem Emissionsvolumen von 9,2 Milliarden Dollar. („China hebt Sperren für Börsengänge auf“ am 19.05.2006)

Darüber hinaus wird von chinesischen Unternehmen das Bild vermittelt, daß sie auf dem internationalen Markt zwar noch neu sind, sich aber selbst herausfordern und dem „Ersten Mal“ aussetzen:

9. Die chinesische Automobilindustrie unternimmt **einen symbolträchtigen Schritt** auf dem amerikanischen Markt: Der Staatskonzern Nanjing Automobile will **die erste chinesische Autofabrik** in den Vereinigten Staaten bauen. [...] Neben Nanjing sind auch andere chinesische Hersteller dabei, **ihre ersten Gehversuche** in den Vereinigten Staaten zu unternehmen. („Chinesen bauen erste Autofabrik in Amerika“ am 17.07. 2006)

10. **Zum ersten Mal** schickte sich ein chinesisches Automobil-Unternehmen an, mit einem gezielten **Markteintritt** in Europa Fuß zu fassen. („Billig allein wird nicht reichen“ am 05.12.2006)

Mit Wörtern wie „ersten“, „Markteintritt“ und „Gehversuche“ wird der Mut der chinesischen Unternehmen, etwas Neues zu wagen, aufgezeigt.

3.3 China als ein Land mit wachsender Bedeutung in der Weltwirtschaft

Die Zunahme der Wirtschaftsbedeutung Chinas liegt zuerst in den Daten und Fakten, die die Höhe der Entwicklung sowie das Vorankommen der chinesischen Wirtschaft im internationalen Vergleich bezeugen. Dies spiegelt sich bereits in den Titelformulierungen wieder:

- „China rückt im Maschinenbau vor“ (Titel vom 21.03.2006).
- „China hat die größten Devisenreserven“ (Titel vom 29.03.2006)
- „China greift nach dem Titel des Exportweltmeisters“ (Titel vom 12.04.2006)
- „Chinas Wirtschaft wächst 10 Prozent“ (Titel vom 18.04.2006)
- „Chinas Wirtschaft wächst noch stärker“ (Titel vom 16.08.2006)
- „China wächst weiterhin zweistellig“ (Titel vom 21.10.2006)
- „China bald zweitgrößte Handelsnation“ (Titel vom 10.11.2006)
- „China als Spielwiese für alle Autohersteller. In diesem Jahr werden zum ersten Mal mehr Autos abgesetzt als in Deutschland/Sechs Millionen Exemplare im Jahr 2010“ (Titel vom 15.04.2006)

Der beispiellose rasante Aufstieg Chinas hält mittlerweile die Welt so in Atem, daß Experten weltweit Prognosen oder Vermutungen über die weitere Entwicklung der chinesischen Wirtschaft anstellen:

11. Wann China **an die globale Spitzenposition [des Exports] vorrückt**, dazu wollte WTO-Ökonom Michael Finger **keine genaue Prognose** machen. Seiner Ansicht nach **wird das jedoch spätestens 2010 der Fall sein. Sollten** indes die chinesischen Exporte weiterhin um jährlich knapp 30 Prozent zunehmen, dann **dürfte** die Volksrepublik schon 2007 Deutschland vom Spitzenplatz **verdrängen**. („China greift nach dem Titel des Exportweltmeisters“ am 12.04.2006)
12. China wird **vermutlich schon** im kommenden Jahr hinter Amerika **die zweitgrößte Handelsnation der Welt werden** und damit Deutschland auf den dritten Platz **verdrängen**. Das **schätzen** die Ökonomen der Welthandelsorganisation (WTO) in Genf, die jetzt ihre „International Trade Statistics 2006“ vorlegten. („China bald zweitgrößte Handelsnation“ am 10.11.2006)
13. Die Branche **geht davon aus**, dass China in den kommenden Jahren **die Hälfte zum weltweiten Wachstum der Automobilindustrie**

beitragen werde. („Chinas Automobilmarkt kehrt zu stabilem Wachstum zurück“ am 20.11.2006)

Mit „Prognose“, „werden“, „sollten“, „dürfte“, „vermutlich“, „schätzen“ und „von ... ausgehen“ werden Voraussagen beschrieben und somit die zentrale Bedeutung des Themas „chinesische Wirtschaft“ akzentuiert.

Die wachsende Bedeutung der chinesischen Wirtschaft schlägt sich zudem auch darin nieder, daß China nun seine „weltwirtschaftliche Verantwortung“ trägt („Willkommener Dämpfer“ am 29.04.2006). Denn China ist bereits zu solch einer Wirtschaftsgröße geworden, daß die Weltwirtschaft sensibel auf sie reagiert:

14. Noch ist China gerade einmal die viertgrößte Volkswirtschaft der Welt. Doch welche Dynamik das Wachstum dieses aufstrebenden Landes entwickelt, hat für die Weltwirtschaft inzwischen weitaus größere Folgen als das wirtschaftliche Geschehen in Ländern wie Frankreich, Italien oder Großbritannien, deren Bruttoinlandsprodukt kaum kleiner als das von China ist. Die Weltfinanzmärkte reagieren höchst sensibel darauf, wenn die Regierung in Peking an bestimmten Stellschrauben dreht, um Tempo und Richtung des chinesischen Wachstums feinzusteuern. („Ein leiser Warnschuß aus Peking“ am 02.05.2006)

Dementsprechend erhält China weltweit mehr Einfluß⁹ und verlangt zugleich bei vielen Angelegenheiten Mitspracherecht:

15. In einigen Innovationsbranchen werden schon bald die Chinesen **international den Ton angeben.** [...], wird nach Bahkes Worten [Torsten Bahke, Direktor des Deutschen Instituts für Normung (DIN)] in der Kernreaktortechnik wie in einigen Bergbaubranchen wohl China **international die Leitung entsprechender Normungsgremien übernehmen.** („Chinesen setzen Normen in der Kernkraft und Nanotechnologie“ am 26.04.2006)
16. Während die großen Rohstoffkonzerne die alljährlichen Preisverhandlungen mit ihren Abnehmern führen, **kündigt China an, Einfuhren einzuschränken, um die Preise zu drücken.** Die Volksrepublik ist **der größte Stahlhersteller der Erde.** [...] Bislang wurden die Verhandlungen stellvertretend zwischen den japanischen Stahlwerken und den drei führenden Erzproduzenten geführt – aus Australien BHP Billiton und Rio Tinto, aus Brasilien Companhia Vale do Rio Doce. Es ist **das erste Mal,** daß China **direkt in die Gespräche eingreift.** („Chinesen feuern Handelsstreit an. Peking legt Preisobergrenze für Eisenerz-Importe fest“ am 15.03.2006)

⁹ Wie beispielsweise die folgenden Titel zeigen: „China erhält mehr Einfluß im Währungsfonds“ (Titel am 26.08.2006), „Höhere IWF-Quote für China“ (Titel am 19.09.2006) und „S&P erhöht das Rating von China“ (Titel am 28.07.2006).

China ist somit eine nicht mehr zu ignorierende Macht in der Welt geworden. Es wird schließlich als Wirtschaftsriese auf derselben Ranghöhe wie die USA angesehen, was z.B. in dem folgenden Ausschnitt zum Ausdruck kommt:

17. Das gleiche [daß das chinesische Wachstum auf Kurs bleibt] gilt für den anderen großen Tanker der Weltwirtschaft, die Vereinigten Staaten von Amerika. („Ein leiser Warnschuß aus Peking“ am 02.05.2006)

3.4. China als großer Markt mit unbegrenzten Möglichkeiten, auf dem internationale Unternehmen konkurrieren

China ist ein strategisch wichtiger Markt für ausländische Unternehmen verschiedener Branchen. Nicht nur für die Automobilbranche wird China als der „am schnellsten wachsende Automobilmarkt der Erde“ („General Motors läßt VW in China weiter hinter sich“ am 05.07.2006), der „zweitwichtigste Markt“ für VW („VW China strebt in die Gewinnzone“ am 10.04.2006), der „größte regionale Wachstumsmarkt für Deutz“ („Deutz auf Expansionskurs in China“ am 11.12.2006) sowie „in den kommenden fünf bis zehn Jahren wahrscheinlich der wichtigste Automarkt der Welt“ („Volvo baut ein Werk in China“ am 21.03.2006) bezeichnet, sondern in der Branche des Maschinenbaus ist China auch „der am schnellsten wachsende Markt für Roboter auf der Welt“ („ABB verlagert Robotersparte von Detroit nach Schanghai“ am 05.04.2008) und „der drittgrößte Absatzmarkt des Weltmarktführers [Heideldruck]“ („Heideldruck fertigt in China – vor allem für die Olympiade“ am 29.09.2006). Außerdem wächst „[i]n keinem anderen Land [...] die Nachfrage nach chemischen Produkten zur Zeit so stark wie in China, dem schon heute zweitumsatzstärksten Markt für Chemierzeugnisse nach Amerika“ („Bayer-Konzern forciert das Geschäft in China“ am 06.09.2006). Für Flugzeugbauer verspricht China „ein riesiger Luftfahrtmarkt zu werden“ („Chinesische Städte ringen um das Airbus-Werk“ am 07.02.2006), für den Einzelhandel ist China ein „wachstumsstarke[r] [...] Markt“ („Wal-Mart vor Übernahme in China“ am 18.10.2006) und sogar für das E-Geschäft wurde China „zu einem der vielversprechendsten Märkte für das Unternehmen [Ebay]“ erklärt („Herber Rückschlag für Ebay in China“ am 20.12.2006).

Tatsächlich ist China ein begehrter Markt für ausländische Unternehmen. Denn in China kann man auf große Aufträge hoffen, die für die Entwicklung des jeweiligen Unternehmens bzw. des jeweiligen Landes wirtschaftlich von Bedeutung sind. Der Zuschlag an eine amerikanische Tochtergesellschaft des japanischen Toshiba-Konzerns für einen milliarden-schweren Auftrag zum Bau von vier Kernkraftwerken in China kann z.B. „5500 Arbeitsplätze in den Vereinigten Staaten schaffen“ („China gibt Auftrag für Kernkraftwerke“ am 18.12.2006). Dagegen ist für den „angeschlagene[n] europäische[n] Flugzeughersteller Airbus“ die Bestellung aus China

von 150 Exemplaren des Kurz- und Mittelstreckenmodells A320 („Airbus erhält Großaufträge aus China und Amerika“ am 27.10.2006) sicherlich auch eine wichtige Hilfe in der Not, während der Milliardenauftrag aus China an den amerikanischen Flugzeugbauer Boeing sogar als „Bescherung“ beschrieben wird („China kauft 80 Boeing-Flugzeuge“ am 13.04.2006). Auch die deutsche Industrie hat deswegen bezüglich der Verlängerung der Transrapid-Strecke in Schanghai auf rund 200 Kilometer lange Zeit „auf einen milliardenschweren Auftrag [gehofft]“ („Neue Transrapid-Strecke in China“ am 23.02.2006). Außerdem können die ausländischen Unternehmen in China direkt Gewinne erzielen, die z.B. ihre Verluste auf anderen Märkten wettmachen können. Wal-Mart Stores Inc. beispielsweise will durch eine starke Expansion in China „seine bislang wechselhafte Bilanz auf Auslandsmärkten verbessern“ („Wal-Mart will 150 000 Chinesen beschäftigen“ am 22.03.2006), während für das „finanziell angeschlagene Unternehmen“ Mitsubishi „der schnell wachsende Markt in China eine entscheidende Rolle“ spielt („Mitsubishi Motors baut in China aus“ am 13.04.2006).

Es ist deswegen kein Wunder, daß die international branchenstärksten bzw. namhaften Unternehmen miteinander darum wetteifern, auf den gewinnversprechenden Wachstumsmarkt Chinas zu gelangen oder auf diesem Markt ihre Aktivitäten zu stärken. Die folgenden Titel bringen dies bereits zum Ausdruck:

- „Allianz investiert in China“ (Titel vom 28.01.2006)
- „Arcelor kommt in China zum Zug“ (Titel vom 25.02.2006)
- „Holcim¹⁰ stärkt China-Position“ (Titel vom 08.03.2006)
- „Volvo baut ein Werk in China“ (Titel vom 21.03.2006)
- „ABB¹¹ verlagert Robotersparte von Detroit nach Schanghai“ (Titel vom 05.04.2008)
- „Ikea expandiert in China“ (Titel vom 11.04.2006)
- „Mitsubishi Motors baut in China aus“ (Titel vom 13.04.2006)
- „Blackberry soll auch China erobern“ (Titel vom 12.05.2006)
- „Alstom will Turbinen und Kessel in China bauen“ (Titel vom 31.05.2006-)
- „Bayer-Konzern forciert das Geschäft in China“ (Titel vom 06.09.2006)
- „Citigroup kommt in China zum Zuge“ (Titel vom 17.11.2006)
- „Deutz auf Expansionskurs in China“ (Titel vom 11.12.2006)

Bemerkenswerterweise steht die Bedeutung des chinesischen Marktes bezüglich der Größe der Produktion oft nur direkt hinter dem Mutterhaus in dem jeweiligen Land oder hat sogar das Mutterhaus übertroffen. Das von

¹⁰ Mit dem folgenden Satz wird dieses Unternehmen vorgestellt: „Der zweitgrößte Zementkonzern der Welt, die Schweizer Holcim-Gruppe, hat auch die Position in China gestärkt.“

¹¹ Im Text wird ABB damit vorgestellt, daß der schweizerische ABB-Konzern „Europas zweitgrößter Investitionsgüterhersteller“ ist.

Ikea neu eröffnete Möbelhaus in Peking wird z.B. „in der Größe nur noch vom Stammhaus in Schweden übertroffen“ („Ikea expandiert in China“ am 11.04.2006), auch die Deutz AG baut in China „ihren zweitgrößten Produktionsstandort hinter dem Stammwerk in Köln“ auf („Deutz auf Expansionskurs in China“ am 11.12.2006). Dagegen betreibt der französische Konzern Alstom in China „die weltweit größte Fertigung“ für Wasserkraftwerktechnik („Alstom will Turbinen und Kessel in China bauen“ am 31.05.2006). Und was der Schweizer Infrastrukturkonzern ABB in Chongqing baut, sind „nicht nur die größten Transformatoren der Welt, die Fabrik ist auch das größte Trafo-Werk der Erde“ („ABB verlagert Robotersparte von Detroit nach Schanghai“ am 05.04.2008).

Allerdings wird der chinesische Markt unter den ausländischen Unternehmen auch hart umkämpft.

18. Nach mehr als eineinhalbjährigem **Ringem** hat die amerikanische Citigroup Inc. **den Zweikampf** um die chinesische Guangdong Development Bank (GDB), Guangzhou, **gewonnen**. („Citigroup kommt in China zum Zuge“ am 17.11.2006)
19. General Motors baut seine **Vormachtstellung vor Volkswagen** im am schnellsten wachsenden Automobilmarkt der Erde weiter aus. [...] Auch **greifen andere Hersteller** die Deutschen **von unten an**. („General Motors läßt VW in China weiter hinter sich“ am 05.07.2006)
20. Daimler-Chrysler hofft in China **den jahrelangen Rückstand aufzuholen**, den der Stuttgarter Konzern **vor allem gegenüber Audi** hat. („Aufholjagd in China“ am 16.09.2006)
21. Zwar wird der Markt **heißer denn je umkämpft, doch VW** ist **weiter Marktführer** mit einem Anteil von 17,3 Prozent bei den Neuzulassungen. („Autofinanzierung im Reich der Mitte“ am 22.07.2006)

Hier geht es um das „Ringem“ oder den „Zweikampf“, um Gewinnen oder Verlieren. Der Zurückbleibende versucht aufzuholen, während der Marktführer seine Vormachtstellung weiter ausbauen will oder muß, denn man muß immer daran denken, daß andere heimlich angreifen werden. Wie hart dieser Kampf ist, kann mit einem Wort damit beschrieben werden, daß sich die ausländischen Unternehmen um den chinesischen Markt reißen.

3.5 China als ein Land, das mit seinem rasanten Aufstieg in einen Interessenkonflikt mit dem Westen kommt

Die Konflikte mit dem Westen rühren zuerst von dem immer stärker werdenden chinesischen Export, auf den die importierenden Länder mit Protektionismus reagieren. Aufgrund des großen Handelsüberschusses gegenüber den USA wurde China unter Druck gesetzt, seine Landeswährung aufzuwerten und den Wechselkurs zwischen Yuan und Dollar aufzulockern. In

Europa versucht die EU-Kommission durch das Einführen von Strafzöllen, den Export von chinesischen Schuhen einzuschränken und die einheimische Schuhproduktion zu schützen. Dabei ist nicht schwer zu ersehen, daß mit der Zunahme der Wirtschaftsstärke und dem Ausbau des Exports Chinas der Weltmarkt gerade neu aufgeteilt wird. Die dadurch entstehenden Konflikte sind unvermeidlich.

Der Aufstieg von Chinas Wirtschaft bringt außerdem den internationalen Rohstoffmarkt aus dem Gleichgewicht:

22. Schon am Mittwoch **legten die Rohstoffpreise weiter zu**. Der Preis für Kupfer **durchbrach erstmals** die Schwelle von 8000 Dollar je Tonne, Gold zog auf **den höchsten Stand seit einem Vierteljahrhundert** an. Schon jetzt ist die Volksrepublik **der international größte Verbraucher** von Stahl, Aluminium und Kupfer. („China plant riesige Rohstofflager“ am 11.05.2006)
23. [Der] Wettbewerb um das knappe Gut **verschärft sich**. Noch verbrauchen die Vereinigten Staaten ein Viertel allen Öls und damit dreimal soviel wie China. Die Supermacht auch im Energieverbrauch wird aber von China und Indien **herausgefordert**. **Spätestens 2030** werde China **mehr Öl als die Vereinigten Staaten verbrauchen**, **prognostizierten** unlängst Fachleute. („Energie statt Ideologie“ am 06.12.2006)

In Beispiel 21 wird die Rekordzunahme des Rohstoffpreises mit dem großen Rohstoffbedarf von China in Zusammenhang gebracht, und damit China indirekt zum Sündenbock für den hohen Preis gemacht. Außerdem wird China in Beispiel 22 als starker Herausforderer der USA bezüglich des Energieverbrauches angesehen und als der größte Energieverbraucher in absehbarer Zukunft vorausgesagt, was nicht nur den Wettbewerb mit den USA verschärft, sondern auch Konflikte in sich birgt.

Ein weiterer Konflikt ist, daß „[die] Verbesserung des Rechtes auf geistiges Eigentum in China [...] weiterhin ineffektiv“ sei („Das grüne Logo wirbt auch in China nur für Starbucks“ am 03.01.2006). China habe „seinen Spitzenplatz als Herkunftsland gefälschter Markenartikel weiter ausgebaut“, wobei diese Produktpiraterie nach dem deutschen Finanzminister Steinbrück „ein Bremsklotz für fairen Wettbewerb und neue Arbeitsplätze“ sei, denn sie bedrohe in Deutschland schätzungsweise bis „zu 50 000 Arbeitsplätze“. („Immer mehr Plagiate aus China“ am 11.03.2006)

3.6 China als ein Land mit aggressiver Expansion, die dem Westen Ärger, Angst und Sorge bereitet

Insbesondere die wachsenden Wirtschaftsbeziehungen zwischen China und Afrika sind dem Westen „ein Dorn im Auge“ („Besorgnis über China-Kredi-

te“ am 18.09.2006) und rufen heftige Kritik bzw. Vorwürfe aus dem Westen hervor:

24. Erst in dieser Woche kritisierte der amerikanische Weltbank-Chef Paul Wolfowitz die chinesische Regierung: China und seine Banken **missachteten** in Afrika die Menschenrechte und Umweltstandards. [...] China **überflutet** einige Länder Afrikas **mit billigen Waren** wie etwa Plastikprodukten und Textilien. Sie, so lauten die Vorwürfe, **zerstörten** das zarte Pflänzlein der heimischen Industrie. Zugleich **beuteten** chinesische Unternehmen vor Ort die Afrikaner **aus**, ohne sich um **die geringsten** Arbeitsstandards zu scheren. [...] Damit **treibe** Peking diese afrikanischen Länder **erneut in Abhängigkeit und Schuldenfälle**. Zugleich **profitierten** chinesische Baukonzerne von den großen Infrastrukturprojekten, die die Afrikaner mit den Geldern aus Fernost vorantrieben. **Während der Westen** seine Kredite aber meist **mit Grundforderungen** an politisches Verhalten wie Demokratisierung, Transparenz oder Bekämpfung der Korruption verknüpfte, **vergäben die Chinesen ihre Gelder ohne Bedingungen - außer der Genehmigung, Rohstoffe zu erhalten**.¹² („China und Afrika rücken enger zusammen“ am 28.10.2006)
25. Chinesische Ingenieure, Techniker und Händler sind dabei, den afrikanischen Kontinent zu **erobern**. [...] Wenn man so will, **rollt** China gerade Afrika **auf**. [...] **China kleckert nicht in Afrika, China klotzt**. [...] Die Regierung in Peking gewährte Angola **anstandslos** einen Kredit von mehr als 2 Milliarden Dollar, **nachdem** Weltbank und der Internationale Währungsfonds dem Land wegen der galoppierenden Korruption keine weiteren Kreditlinien einräumen wollten. [...] Die Bedingung der Chinesen aber war, dass **70 Prozent der Aufträge an chinesische Unternehmen gehen** und dass der Kredit teilweise **mit Öllieferungen getilgt** wird. [...] doch China geht es in Afrika nicht um die Sicherung von Rohstoffen allein, sondern auch um das Schaffen von Absatzmärkten. Chinesische Produkte [...] **überschwemmen** den Kontinent. Gleichzeitig aber kann die lokale Wirtschaft mit den Chinesen nicht konkurrieren. Im südlichen wie im westlichen Afrika **stirbt ein Textilunternehmen nach dem anderen**, weil die chinesischen Anbieter jeden noch so knapp kalkulierten Preis unterbieten. („China rollt den afrikanischen Kontinent auf - und die Welt merkt es nicht“ am 11.05.2006)

Die chinesische Expansion in Afrika wird dadurch zur Sprache gebracht, daß China Afrika „erobert“ bzw. „aufgerollt“ habe, und zwar in großem Ausmaß, und daß chinesische Produkte diesen Kontinent „überfluten“ oder „überschwemmen“ würden. Die Expansionsmethode wird als aggressiv be-

¹² Das ist zwar die Kritik von Wolfowitz und nicht direkt die Meinung der Zeitung. Aber durch die ausführliche Wiedergabe sowie kommentierende Sätze wie „[...] ist China aus westlicher Sicht doch längst in eine Verteidigungsrolle gedrängt worden“ ist die eher kritische Meinung der Zeitung ersichtlich.

schrieben. Denn chinesische Produkte „zerstören“ die heimische Industrie und chinesische Unternehmen „beuten“ Afrika „aus“ bzw. „vertreiben“ afrikanische Betriebe aus dem Markt, so daß z.B. im westlichen Afrika „ein Textilunternehmen nach dem anderen stirbt“. Um Rohstoffe aus Afrika zu erhalten und Absatzmärkte zu schaffen, seien die Chinesen außerdem skrupellos im Einsatz der Mittel. Denn sie vergäben „anstandslos“ Kredite an afrikanische Länder und trieben sie somit „erneut in Abhängigkeit und Schuldenfalle“, während chinesische Bauunternehmen aber davon „profitieren“ würden. Was für den Westen noch schlimmer ist und ihn auch wirklich verärgert, ist, daß die Industriestaaten „durch die Offerten der Chinesen – auch politisch – Einfluß in Afrika [einbüßen]“, und zwar unter der Voraussetzung, daß „die westlichen Staaten China [durch die Entschuldung der afrikanischen Länder] den Weg zu mehr Einfluß im rohstoffreichen Afrika [ebneten]“ („Besorgnis über China-Kredite“ am 18.09.2006).

Diese Aggressivität zeigt sich zugleich im Bereich des Technologietransfers. Denn „Deutsche Unternehmen leiden verstärkt unter politischem Druck der chinesischen Regierung zum Technologietransfer“ – so der China-Sprecher der deutschen Wirtschaft, Jürgen Heraeus. Heraeus vermutet, „dass die chinesische Regierung einzelne Branchen gezielt identifiziert, in denen dann Strategien zur Technologieübertragung umgesetzt werden“ („Merkel soll China wegen Technologiediebstahl rügen“ am 19.05.2006). Aufgrund dieses erzwungenen Technologietransfers und der Produktpiraterie in China „überwiegt [bei deutschen Unternehmern] die Angst die Hoffnung“ („Zeigen wir den Chinesen unsere Prozesse, können wir dichtmachen“ am 22.02.2006).

Aber nicht nur deshalb haben die deutschen Unternehmen Angst. Insgesamt wird die chinesische Wirtschaftsexpansion in Deutschland als Bedrohung empfunden, die Sorgen und Angst bereitet, wie die Titel „Angst vor China“ (am 29.09.2006) und „Bill Gates hat Angst vor China“ (am 28.01.2006) bereits verraten. Die Europäer „fürchten“ die wirtschaftliche Potenz von China („Bill Gates hat Angst vor China“ am 28.01.2006). Viele Beschäftigte verfolgen „mit Sorge“ die Verlagerung der Arbeitsplätze von West nach Ost („Angst vor China“ am 29.09.2006). Die Bundesregierung und EU-Kommission „fürchten“, daß der Aufschwung in der deutschen und europäischen Werftindustrie durch die Ambition von China, bis zum Jahr 2015 zur größten Schiffbaunation der Welt zu werden, „gefährdet“ sein könnte („China setzt Europas Werften unter Druck“ am 05.12.2006). Nicht nur die höhere Einfuhr chinesischer Produkte aus arbeitsintensiven Branchen habe in der EU „Unruhe“ ausgelöst, sondern auch das immer stärkere Vordringen Chinas in die Produktion von Qualitätswaren, wodurch auch neue Branchen in Europa „unter Druck“ gesetzt werden („Die EU drängt China zur Öffnung der Märkte“ am 23.10.2006).

Angesichts dieser Bedrohung werden konkrete Maßnahmen ergriffen. Psychisch macht man sich Mut, indem durch theoretische Analyse darauf

hingewiesen wird, daß Europa im „Jahrhundert der Chinesen“ durchaus „eine Chance hat, mit dem Fernen Osten auf Dauer erfolgreich zu konkurrieren“ („Fünf Gründe für Europa“ am 30.12.2006) und daß man in der Tat keine Angst zu haben brauche. Denn „[w]eder der jüdische noch der christliche Gott hat einen von ihnen ermächtigt, die Kultur der westlichen Nation für überlegen und China westlichen Belehrungen für bedürftig zu erklären oder umgekehrt Angst vor China zu verbreiten“ (Zitat aus dem Buch „Nachbar China“ von Helmut Schmidt, „Angst vor China“ am 29.09.2006). Außerdem wird versucht, durch Buchvorstellungen¹³ Strategien für deutsche Geschäftsleute darzustellen und sie somit im globalen Wettbewerb gegen die chinesische Konkurrenz zu stärken („Geschäftserfolg in China“ am 18.04.2006, „Willkür in China“ am 21.08.2006). In der Praxis haben die deutschen Unternehmen die immer stärker werdenden chinesischen Kontrahenten ebenfalls ernst genommen. Sie wollen entweder die Chinesen bereits „in ihrem Heimatmarkt bekämpfen“ und „ihnen nicht das Feld überlassen“ („Wir müssen die Chinesen in ihrem Heimatmarkt bekämpfen“ am 25.02.2006), oder sie setzen „ein Bollwerk gegen die chinesische Konkurrenz“ („Wir brachen ein Bollwerk gegen die chinesische Konkurrenz“ am 04.02.2006). In der Textilbranche z.B. versuchen die deutschen Unternehmen, durch eine technologische Vorreiterrolle Nischen zu besetzen und sich mit innovativen Textilien gegen den chinesischen Wettbewerb zu stemmen („Kampf gegen das Sterben auf Raten“ am 15.04.2006). Um die europäischen Unternehmen vor der chinesischen Konkurrenz zu schützen und ihnen auch Nutzen zu bringen, werden auf EU-Ebene nicht nur Anti-Dumping-Verfahren gegen China durchgeführt und Strafzölle erhoben, sondern China auch „bedrängt“, künftig mehr öffentliche Aufträge an europäische Unternehmen zu vergeben („EU will Handel mit China ausbauen“ am 05.10.2006, „Die EU drängt China zur Öffnung der Märkte“ am 23.10.2006).

3.7 China als Wirtschaftsriese mit gläsernen Knochen

Es gibt aber auch eine andere Sicht auf die Entwicklung der chinesischen Wirtschaft. Insbesondere die Berichte und Kommentare von dem Wirtschaftskorrespondenten der FAZ Christoph Hein zeigen die Schattenseite des chinesischen Wirtschaftsaufschwungs. Er hält den Weg Chinas zur Wirtschaftsmacht für holprig, denn das chinesische „hohe Wachstum gründet auf einem Investitionsboom, nicht auf dem – gesunden Konsum der Chinesen“. Zudem weist er auf „einen Mangel an Nachhaltigkeit“ hin, „da China unkontrolliert Ressourcen verschleudert“. Auch die Exportleistung bringe China nach seiner Ansicht „weniger als es scheint“, denn zur Zeit

¹³ Lutz Kaufmann, Dirk Panhans, Boney Poovan und Benedikt Sobotka, China Champions. Wie deutsche Unternehmen den Standort China für ihre globale Strategie nutzen. Wiesbaden 2005. Hanne Seelmann-Holzmann, Der rote Drache ist kein Schmusetier. Strategien für langfristigen Erfolg in China. Heidelberg 2006.

„sind etwa 60 Prozent aller Ausfuhren von ausländischen Unternehmen bestimmt“, insofern bekomme China „im Prozeß der Globalisierung die Löhne, nicht aber die Gewinne“. Außerdem sei China auch von Problemen geplagt, wie „Rentenkrise, Gesundheitsvorsorge, Umweltverschmutzung“, aber auch der Arbeitslosigkeit, der „wachsende[n] Kluft zwischen Arm und Reich“ sowie der „Immobilienblase“. Somit kommt er zu dem Ergebnis, daß Chinas Bedeutung angesichts eines Rekordhandelsüberschusses mit Amerika vielleicht überschätzt werde. Denn China sei immer noch „die Werkbank des Westens“ und eine „ernsthafte Konkurrenz auf den Weltmärkten bieten chinesische Anbieter – noch – nicht.“ („Der holprige Weg zur Wirtschaftsweltmacht“ am 20.02.2006, „Auf Konfrontationskurs“ am 06.04.2006, „Die Qualität des chinesischen Wachstums“ am 10.06.2006)

Auch bezeichnet Hein chinesische Unternehmen, die auf dem Weg in die Weltwirtschaft sind, als „Drache“, der „(noch) kein Feuer speit“, denn sie machten bislang beim Kauf von Marken, Ressourcen und Wissen im Ausland „strategische Fehler“. Deswegen sei es noch zu früh, wieder von der „gelben Gefahr“ zu reden. („Drache ohne Feuer“ am 13.07.2006) Angesichts des „größten Börsengang[s] der Welt“ von der Industrial and Commercial Bank of China und des „Eintritt[s] der erfahrenen Banken aus dem Ausland und [der] überbordende[n] Nachfrage nach ICBC-Aktien“ wollte er „den wahren Zustand des chinesischen Bankwesens“ enthüllen. Chinesische Banken seien von Problemkrediten belastet, die „eine tickende Zeitbombe [sind]“. Sie blieben nach Michael Petit, dem Geschäftsführer bei der Kreditbewertungsagentur Standard & Poor's in Tokio „in Hinblick auf die Qualität der Anlagen, der Unternehmensführung, des Risikomanagements, des internen Kontrollsystems, der Transparenz und der Finanzstärke hinter praktisch allen Märkten in Industrie- und Schwellenländern zurück“ und ständen gemessen „am westlichen Standard“ somit „auf schwachen Füßen“. Auch in anderen Bereichen des Finanzmarktes soll China viele Probleme haben. Denn der Anleihemarkt sei „völlig unterentwickelt“ wie auch der Markt für Lebensversicherungen. Was den Aktienmarkt angeht, so „schwoll“ laut Petit, der die Börse in China eigentlich als eine Erfolgsgeschichte des chinesischen Finanzmarktes bezeichnet, „[i]nnerhalb von sechs Jahren [...] die Zahl der Aktiengesellschaften auf fast 70000 an“, wobei aber deren Qualität „weit entfernt von westlichen Standards“ sei. („Chinas Finanzmarkt steht auf schwachen Füßen“ am 27.10.2006)

4 . Zusammenfassung

Der atemberaubende Wirtschaftsaufstieg Chinas ist sicherlich ein weltweit beachtetes Phänomen, mit dem sich auch deutsche Medien intensiv beschäftigen. In der FAZ des Jahres 2006 wurde China im großen und ganzen so dargestellt, daß es auf den Weltmärkten höchst erfolgreich mit seinen Pro-

dukten konkurrieren kann und sich chinesische Unternehmen durch ihre Auslandsexpansion gerade zu globalen Playern zu transformieren beginnen. Auch treibt das sprunghafte Wachstum in China die gesamte Weltwirtschaft an, indem internationale Unternehmen auf dem gewinnversprechenden und wachstumsstarken chinesischen Markt wetteifern und ihre Aktivitäten weiter intensivieren. Jedoch wird China zugleich auch als ein neuer Wirtschaftsriege umrissen, der mit großer Geschwindigkeit seine Einflußsphäre ausbaut und bei internationalen Angelegenheiten eine immer wichtigere Rolle spielt. Diese Expansion wird aber für aggressiv gehalten. Es ist außerdem umstritten, wie lange China der Wachstumsmotor der Weltwirtschaft bleiben wird. Einerseits prognostiziert man, daß die USA in der Zukunft von China eingeholt werden, und sieht dies positiv. Andererseits kommt man zu einer negativen Einschätzung der Situation, da angesichts der Probleme in China die nachhaltige Entwicklung des Landes angezweifelt wird.

Auch die westlichen Einstellungen zu Chinas Wirtschaftsentwicklung sind gemischt. Einerseits ist man voller Bewunderung und möchte von dem chinesischen Wirtschaftswunder profitieren. Andererseits betrachtet der Westen, darunter natürlich auch Deutschland, angesichts der neuen Markt- und Machtverteilung sowie des eigenen Einflußverlustes die chinesische Konkurrenz als Bedrohung.