

Ulrike Reisach | Theresia Tauber | Xueli Yuan

China- Wirtschaftspartner zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Ein Handbuch für Praktiker

4., aktualisierte Auflage



Ulrike Reisach / Theresia Tauber / Xueli Yuan

China – Wirtschaftspartner zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Ulrike Reisach / Theresia Tauber / Xueli Yuan

China – Wirtschaftspartner zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Ein Handbuch für Praktiker

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie.

Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-636-01404-7 | Print-Ausgabe

ISBN 978-3-86881-159-9 | E-Book-Ausgabe (PDF)

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Zitate nur mit Quellenangabe:

Reisach, Ulrike / Tauber, Tjeresia / Yuan, Xueli: China – Wirtschaftspartner zwischen Wunsch und Wirklichkeit, Redline Wirtschaft, Heidelberg 2007

4., aktualisierte und überarbeitete Auflage

E-Book-Ausgabe (PDF): © 2009 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München.
www.redline-verlag.de

Print-Ausgabe: © 2007 by Redline Wirtschaft, Redline GmbH, Heidelberg.
Ein Unternehmen von Süddeutscher Verlag | Mediengruppe.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Redaktion: Tanya Wegberg, Neuruppin

Umschlaggestaltung: Jürgen Echter, Landsberg a. L.

Umschlagabbildung: getty images

Satz: Jürgen Echter, Redline GmbH

Druck: Himmer, Augsburg

Printed in Germany

Im Text des Buches findet die offizielle Umschrift des Chinesischen, das sogenannte Hanyupinyin, Verwendung. Sie bezieht sich auf die chinesische Hochsprache und ersetzt frühere Umschriften. Beispiele dafür sind: Beijing statt Peking, Mao Zedong statt Mao Tse-Tung, Sunzi statt Sun Tzu.

Das Buch ist darauf ausgelegt, einen generellen Überblick zu liefern und stützt sich auf allgemein zugängliche Quellen, die, soweit möglich, den Sachverhalt realistisch wiedergeben. Auf die teilweise nur beschränkte Zuverlässigkeit chinesischer Statistiken sowie auf voneinander abweichende Definitionen und Zahlenangaben wird hingewiesen. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Darstellung kann daher keine Gewähr übernommen werden. Insbesondere wird, wie bei solchen Publikationen auch im angelsächsischen Raum üblich, jede Haftung für Schäden im Zusammenhang mit der Nutzung des Buches ausgeschlossen. Es wird explizit darauf hingewiesen, dass in rechtlichen, steuerlichen, technischen, genehmigungsrelevanten und anderen speziellen Fragen für das China-Geschäft der Rat entsprechend spezialisierter Experten und Kanzleien einzuholen ist bzw. direkt mit den chinesischen Behörden Kontakt aufzunehmen ist.

Im Inhaltsverzeichnis sind hinter den Hauptkapitelüberschriften als Autoren die jeweils Hauptverantwortlichen genannt. Die in den Unterpunkten und Übersichten genannten Verfasser haben jeweils dieses spezielle Unterkapitel bzw. die Übersicht erstellt. Darüber hinaus tragen die drei Autoren Inhalt und Geist der Kapitel mit und haben durch zahlreiche Informationen und Vorschläge zum Entstehen und zur Aktualität des Buches beigetragen.

Die Autoren

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 4. Auflage	19
Kapitel 1: China als Markt (Reisach)	21
1.1 Marktvolumen	21
1.2 Wirtschaftswachstum	22
<i>Wachstumsdynamik</i>	22
<i>Wachstum und Wohlstandsentwicklung</i>	24
<i>Konjunktur und Stabilität</i>	25
1.3 Bevölkerungsentwicklung	27
<i>Bevölkerungspolitik</i>	27
<i>Alterung</i>	29
1.4 Lebensbedingungen und Wohlstandsunterschiede	30
<i>Soziale Unterschiede</i>	30
<i>Regionale Unterschiede</i>	32
1.5 Internationale Großereignisse	36
<i>Olympiade Beijing 2008</i>	36
<i>Weltausstellung Shanghai 2010</i>	37
1.6 Marktforschung in China	39
<i>Der Realitätsgehalt der chinesischen Statistik</i>	39
<i>Internationale Quellen und Beraterleistungen</i>	43
Kapitel 2: China als Investitionsstandort (Reisach)	45
2.1 Kosten	45
<i>Kostenvorteile</i>	45
<i>Also doch kein Eldorado</i>	47
<i>Erfolgschancen und Fehlschläge</i>	51
2.2 Mitarbeiterqualifikation.....	53
<i>Kontinuität und Wandel des Bildungssystems</i>	53
<i>Grundschule und Mittelschule</i>	54
<i>Hochschulzugang und Universitäten</i>	56
<i>Die 25 chinesischen Top-Universitäten</i>	57
<i>MBA-Programme und Business Schools</i>	59

	<i>Ingenieur- und naturwissenschaftliche Studiengänge</i>	60
	<i>Internationalisierung der Bildung</i>	61
2.3	Erfolgsfaktor Forschung.....	63
	<i>Das neue chinesische Forschungsprogramm</i>	63
	<i>Innovationen aus chinesischer Sicht</i>	66
	<i>Wie deutsche Unternehmen in China erfolgreich forschen können</i>	68
2.4	Ressourcenknappheit und Umweltprobleme	69
	<i>Energie und Bodenschätze</i>	69
	<i>Umweltprobleme</i>	70
	<i>Wasserknappheit</i>	74
Kapitel 3: China als Wettbewerber (Reisach)		77
3.1	Die Transformation der Staatsunternehmen.....	77
	<i>Vom Staatsmonopol zur Aktiengesellschaft</i>	78
	<i>Öffnung des Staatssektors für Auslandsinvestoren</i>	79
3.2	Chinesische Privatunternehmen auf dem Vormarsch..	81
3.3	Weltweite Expansion chinesischer Unternehmen	82
	<i>»Spread-your-wings«-Politik der chinesischen Zentralregierung</i>	84
	<i>Chinesische Unternehmen als Wettbewerber auf den Weltmärkten</i>	86
	<i>Chinesische Direktinvestitionen in Deutschland</i>	87
	<i>Hintergründe der Auslandsexpansion</i>	89
3.4	Strategische Ziele und Schritte chinesischer Auslandsinvestments	91
	<i>Schritte der Internationalisierung</i>	91
	<i>Vorteile durch staatliche Förderung</i>	93
3.5	Markteintritt in Industrieländern mit Hindernissen	95
	<i>Management-Know-how und internationale Erfahrung</i>	95
	<i>Unternehmensstruktur und Unternehmenskultur</i>	96

Kapitel 4: Strategie und Verhandlungen (Reisach/Tauber).....	99
4.1 Vorbereitung des Chinageschäftes	99
<i>Strategische Vorüberlegungen</i>	99
<i>Erfolgskriterien</i>	100
<i>Unterstützungsangebote</i>	105
4.2 Kriterien für die Auswahl chinesischer Geschäftspartner	107
<i>Qualität, Flexibilität und Auslandsorientierung</i>	
<i>des Managements</i>	108
<i>Kreditwürdigkeit des Partners, Werthaltigkeit der</i>	
<i>Vermögensgegenstände</i>	109
<i>Rechnungswesen und Finanzen</i>	109
<i>Technologische Kompetenz und Qualitäts-</i>	
<i>standards</i>	111
<i>Beziehungen zu Kunden, Lieferanten und Behörden</i>	112
4.3 Formen der Kooperation mit Auslandsunternehmen...	113
<i>Zielsetzungen aus chinesischer Sicht</i>	115
<i>Richtlinien für Auslandsinvestitionen</i>	116
<i>Handelsgeschäfte und Lizenzfertigungen</i>	120
<i>Joint Ventures</i>	122
<i>Vollständig in Auslandsbesitz befindliche Unternehmen</i>	
<i>(WFOEs)</i>	126
<i>Holdingsgesellschaften</i>	127
<i>Mergers & Acquisitions (M&A) in und mit China</i>	128
4.4 Verhandlungsführung	129
<i>Vorbereitung und Analyse der eigenen und der chinesischen</i>	
<i>Zielsetzung</i>	130
<i>Größe und Zusammensetzung der Verhandlungsteams</i>	132
<i>Konkrete Beispiele: die Rolle der Hierarchie bei</i>	
<i>Verhandlungen</i>	134
<i>Kultur-Checkliste: Einsatz von Hierarchie</i>	
<i>in Verhandlungen</i>	136
<i>Phasen, Timing und Dauer der Verhandlungen</i>	137
<i>Kultur-Checkliste: Verhandlungen –</i>	
<i>zielführendes Zeitmanagement</i>	138
<i>Wahrnehmung der Partner</i>	139
<i>Umgang mit Spannungen</i>	140

	<i>Verhandlungsstile und Tricks</i>	142
	<i>Checkliste Taktik</i>	145
	<i>Fazit: Geschäftsanbahnung und Verträge</i>	147
4.5	Von der Verhandlung zur Genehmigung	148
	<i>Genehmigungsschritte</i>	148
	<i>Durchführbarkeitsstudie</i>	149
	<i>Korruption</i>	151
4.6	Personalstrategie.....	152
	<i>Lokale Mitarbeiter, Auslandschinesen oder</i>	
	<i>Entsandte</i>	152
	<i>Auswahl von Personen für eine Auslands-</i>	
	<i>entsendung</i>	154
	<i>Auslandsvorbereitung der Kandidaten</i>	155
	<i>Einbindung der Auslandsmanager ins Heimat-</i>	
	<i>unternehmen</i>	156
Kapitel 5: Dynamische Entwicklung der Wirtschaftssektoren		
(Reisach)		157
5.1	Überblick.....	157
5.2	Energiegewinnung und -transport.....	158
	<i>Nachfrage nach Primärenergie</i>	158
	<i>Energieerzeugung</i>	159
	<i>Rohstoffsicherung im Ausland</i>	161
	<i>Die wichtigsten Unternehmen des Energiesektors</i>	162
5.3	Transport und Logistik	163
	<i>Überblick über das Verkehrssystem</i>	163
	<i>Ausbau der Verkehrsinfrastruktur</i>	164
	<i>Luftverkehr</i>	165
	<i>Seeverkehr</i>	166
	<i>Logistik</i>	167
5.4	Automobilindustrie.....	168
	<i>Entwicklung der Nachfrage</i>	168
	<i>Die Automobilindustrie als Schlüsselsektor</i>	169
	<i>Anpassungen an den lokalen Markt</i>	171
5.5	Informations- und Kommunikationsindustrie.....	173
	<i>Telekommunikation</i>	173
	<i>Computer</i>	175

5.6	Mikroelektronik.....	176
5.7	Maschinenbau und Automatisierung.....	177
5.8	Chemie- und Pharmaindustrie	179
5.9	Gesundheitswesen	180
5.10	Landwirtschaft.....	183
5.11	Finanzmarkt	186
	<i>Struktur des Bankensystems</i>	186
	<i>Staatsbanken in der Krise</i>	187
	<i>Zahlungsverkehr und Kreditvergabe</i>	188
	<i>Sanierung des Bankensystems durch Börsengänge</i>	190
	<i>Öffnung für Auslandsbanken</i>	191
	<i>Der chinesische Aktien- und Wertpapiermarkt</i>	192
	<i>Fonds und Versicherungen</i>	194
Kapitel 6: Der Pragmatismus der politischen Führung		
	(Reisach)	197
6.1	Kapitalismus statt Sozialismus?.....	197
	<i>Herrschaftsanspruch der Kommunistischen Partei</i>	197
	<i>Kulturelle Wurzeln des politischen Systems</i>	199
	<i>Maos Sonderweg</i>	201
	<i>Regierungsaufbau und Verwaltungsstruktur</i>	202
	<i>Chinas politische Führung</i>	207
6.2	Der wirtschaftliche Reformkurs.....	209
	<i>Das Konzept der »sozialistischen Marktwirtschaft«</i>	209
	<i>Fort- und Rückschritte der Wirtschaftsreform</i>	212
	<i>Prioritäten des elften Fünfjahresprogramms</i> <i>(2006 bis 2010)</i>	215
	<i>Staatshaushalt und Verschuldung</i>	218
	<i>Wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Wandel</i>	220
6.3	Regionale Entwicklungsunterschiede.....	221
	<i>Das Programm zur Entwicklung des chinesischen Westens</i>	221
	<i>Bevorzugte Investitionsstandorte heute</i> <i>und morgen</i>	224
	<i>Unterschiedliche Investitionsanreize für</i> <i>Auslandsinvestoren</i>	231
	<i>Handlungsspielräume der Provinzregierungen</i>	233
	<i>Zentralismus, Regionalismus und Einheitsidee</i>	236

Kapitel 7: China und seine internationalen Partner (Reisach)	239
7.1 Außenhandel.....	239
<i>Öffnung der Außenwirtschaft</i>	239
<i>Drittgrößte Handelsnation der Welt</i>	240
<i>Außenhandelsprodukte</i>	241
<i>Handelspartner</i>	242
7.2 Direktinvestitionen und Integration in die Weltwirtschaft	245
<i>Investitionsmagnet China</i>	245
<i>Konsequenzen der WTO-Mitgliedschaft</i>	248
<i>Währungspolitik und Devisenreserven</i>	251
7.3 Chinas Streben nach internationaler Anerkennung	253
<i>Politische Dimension</i>	253
<i>Partnerschaft als Wirtschaftsmotor</i>	255
7.4 Chinas wichtigste Auslandspartner	256
<i>Der Dualismus zwischen den USA und China</i>	256
<i>China und Europa</i>	259
<i>Chinas Rolle in Asien</i>	261
<i>China und Afrika</i>	263
Kapitel 8: Rechtsverständnis im Wandel (Reisach/Tauber)....	265
8.1 Demokratie und politische Freiheit.....	265
<i>Internationale Vereinbarungen</i>	265
<i>Rolle der Wirtschaft</i>	267
8.2 Autokratie statt Rechtsstaat.....	269
<i>Historische Wurzeln</i>	269
<i>Aktuelle Entwicklungen</i>	270
8.3 Gleiches oder unterschiedliches Menschenrechts- verständnis?.....	271
8.4 Verträge und Vertrauen: das Gewebe der Geschäfts- beziehungen.....	273
<i>Das chinesische Wirtschaftsrecht</i>	273
<i>Warum Verträge?</i>	274
<i>Beispiele: Verträge versus Beziehungen</i>	278

8.5	Rechtssicherheit und Rechtsdurchsetzung	281
	<i>Fortschritte bei der Rechtssicherheit</i>	281
	<i>Urteilsfindung</i>	284
8.6	Schutz von Marken, Patenten und Urheberrechten	285
	<i>Schutz geistigen Eigentums</i>	285
	<i>Das chinesische Verständnis von geistigem Eigentum</i>	287
	<i>Rechtsrahmen zum Schutz geistigen Eigentums</i>	289
Kapitel 9: Werbung und Unternehmenspräsentation		
	(Reisach/Yuan/Tauber)	293
9.1	Konsumentenmarkt und Käuferschichten	293
9.2	Das chinesische Werbegesetz	295
	<i>Werbezensur</i>	296
9.3	Werbemedien	297
	<i>Mundpropaganda</i>	298
	<i>Fernsehreklame</i>	299
	<i>Printmedien</i>	301
	<i>Rundfunk- und Außenwerbung</i>	302
	<i>Internetwerbung</i>	302
9.4	Werbebotschaften und Symbole	305
	<i>Verkaufsargumente</i>	305
	<i>Markennamen</i>	305
	<i>Symbolik</i>	308
9.5	Messeteilnahme in China	309
9.6	Präsentationsmaterial	311
	<i>Repräsentanten und Vertriebsleute</i>	312
	<i>Vermittler, dritte Personen</i>	312
	<i>Firmenbroschüre</i>	313
	<i>Firmenvideo</i>	313
9.7	Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring	314

9.8	Betreuung chinesischer Besucher in Deutschland.....	315
	<i>Vorbereitung, Besuchsdauer und Kostenübernahme</i>	315
	<i>Anreise und Unterbringung</i>	317
	<i>Informationsprogramm und Betreuung</i>	318
	<i>Touristisches Programm</i>	319
	<i>Besondere Ereignisse, Präsente</i>	320
Kapitel 10: Chinesische Kultur und Mentalität –		
wo kommt China her und was ist davon noch		
spürbar? (Tauber)		
	323	
10.1	Geschichte und Gesellschaftsform	324
	<i>Die spezifischen sozialen Erfordernisse der Reisbauernkultur</i>	325
	<i>Die frühe Bürokratisierung und Leistungsorien-</i>	
	<i>tierung des chinesischen Reiches</i>	327
	<i>Der Einheits- und Kontinuitätsgedanke</i>	
	<i>der Chinesen</i>	329
	<i>Die frühe Bedeutungslosigkeit von Religionen</i>	331
	<i>Traditionelle und traumatische Außenbeziehungen</i>	332
	<i>Kulturelle Veränderung durch den Kommunismus</i>	334
	<i>Kulturelle Veränderungen durch markt-</i>	
	<i>wirtschaftliche Öffnung</i>	335
10.2	Sprache und Denkstruktur	340
	<i>Die Schriftzeichen</i>	338
	<i>Wortkombinationen, Wendungen, Satzbau</i>	342
	<i>Gesprochene Sprache</i>	344
	<i>Wechselwirkungen von Schrift und Denken</i>	345
	<i>Wechselwirkungen von Gesellschaft und Logik</i>	348
	<i>Stärken und Schwächen östlicher</i>	
	<i>und westlicher Denkformen</i>	349
10.3	Geisteswelt und Religion.....	351
	<i>Das chinesische Konzept »dao« (»tao«)</i>	351
	<i>Die fünf Beziehungen (»wu lun«)</i>	352
	<i>Götter (»shen«) und Jenseits</i>	354
	<i>Schicksal (»tian ming«)</i>	355
	<i>Yin-Yang</i>	356
	<i>Konfuzianismus</i>	357
	<i>Daoismus und Buddhismus</i>	360
	<i>Kampftaktiker</i>	362

10.4	Die Funktion chinesisch-deutscher kultureller Unterschiede im Geschäftsleben	363
	<i>Drei Thesen zur Bedeutung von Kultur im Chinageschäft .</i>	363
	<i>Offensichtliche und weniger offensichtliche Kultureinflüsse</i>	365
	<i>Kultur als Systematik bei Verhaltensklärungen</i>	366
	<i>Deutsch-chinesische Grundunterschiede.....</i>	367
Kapitel 11:	Erfolgsfaktor Kommunikation (Tauber)	369
11.1	Informieren und informiert werden:	
	formelle versus informelle Wege	369
	<i>Auskunft und Hintergrundwissen</i>	369
	<i>Konkrete Beispiele: Gegenstand von Informationen sein.....</i>	371
	<i>Konkrete Beispiele: Informationen sammeln und auswerten</i>	372
	<i>Kultur-Checkliste: Informationen sammeln und bewerten..</i>	373
11.2	Strukturierung von Informationen/Präsentationen.....	374
	<i>Deduktive versus induktive Denkformen.....</i>	374
	<i>Wie baue ich eine Präsentation vor Chinesen auf?</i>	375
	<i>Kommunikation bei der Weiterbildung</i>	377
	<i>Umgang mit Dolmetschern</i>	379
11.3	Direktheit und Diplomatie	380
	<i>Direkt oder indirekt?</i>	383
	<i>Gesicht geben und wahren.....</i>	385
	<i>Botschaften diplomatisch verschlüsseln.....</i>	386
11.4	Optionen zur Konfliktlösung	390
	<i>Chinesische und westliche Konfliktlösungsstile:</i>	
	<i>Gemeinsamkeiten und Unterschiede</i>	390
	<i>Konfliktlösung auf die »harte« Weise</i>	391
	<i>Konfliktlösung auf die »weiche« Weise</i>	392
	<i>Konfliktlösung auf die sachbezogene Weise.....</i>	393
	<i>Kultur-Checkliste: Konflikte lösen.....</i>	395

Kapitel 12: Personalpolitik und Unternehmensorganisation	
(Tauber)	397
12.1 Der chinesische Arbeitsmarkt.....	397
<i>Arbeitsmarktstruktur und Wege der Personalgewinnung ...</i>	397
<i>Arbeitsrechtliche Regelungen</i>	398
<i>Fluktuation</i>	401
<i>Motivationsanreize und Mitarbeiterbindung</i>	402
12.2 Führungsmethoden.....	404
<i>Chinesisches Personal vor Ort führen</i>	406
<i>Chinesisches Personal virtuell führen</i>	411
<i>Für einen chinesischen Chefarbeiten</i>	415
<i>Kultur-Checkliste: Führen und geführt werden</i>	417
<i>Teamarbeit</i>	419
<i>Kultur-Checkliste: Steuerung von und Mitarbeit</i> <i>in Teams</i>	420
12.3 Strukturierung von Arbeitsabläufen – Qualitäts- sicherung.....	421
<i>Feste Prozesse versus situative Prioritäten</i>	422
<i>Hintergründe der chinesischen Position</i>	423
<i>Konkrete Beispiele: Struktur von</i> <i>Vertriebs- und Servicenetzen</i>	427
<i>Konkrete Beispiele: Planung und Prozesse vor Ort</i>	428
<i>Kultur-Checkliste: Prozesse vor Ort –</i> <i>Produktqualität sichern</i>	430
<i>Konkrete Beispiele: Unterschiede im Umgang</i> <i>mit Planung und Prozessen in der Long-Distance-</i> <i>Zusammenarbeit</i>	431
<i>Kultur-Checkliste: Zusammenarbeit zwischen</i> <i>zwei Standorten – Ergebnisse zeitgerecht bekommen</i>	435
<i>Kultur-Checkliste: Spezialfall E-Mails –</i> <i>vollständige Antworten zeitgerecht erhalten</i>	436
Kapitel 13: Tipps und Hinweise für den Alltag (Tauber/Yuan) ..	439
13.1 Leben und Wohnen in China	439
<i>Phasen des »Kulturschocks«</i>	440
<i>Ehe und Familie der Expatriates</i>	441

	<i>Ehe und Liebe zwischen den Kulturen – eine chinesische Perspektive</i>	443
	<i>Freundschaft mit Chinesen</i>	445
	<i>Hausangestellte (»A-yi«)</i>	445
	<i>Einkaufen</i>	447
	<i>Klimabedingte Besonderheiten</i>	448
	<i>Hygiene/medizinische Versorgung</i>	449
	<i>Essen und Trinken</i>	450
	<i>Das Bankett und andere Essen im Restaurant</i>	452
	<i>Abendunterhaltung und Freizeitgestaltung</i>	454
	<i>Kommunikation/Nachrichten</i>	456
	<i>Religiöse Aktivitäten</i>	457
	<i>Verkehrsmittel</i>	458
	<i>»Mafan« und Gefahren</i>	459
13.2	<i>Kleiner China-Knigge</i>	460
	<i>Chinesische Umgangsformen</i>	461
	<i>Missverständnisse</i>	462
	<i>Tabus und Aberglaube</i>	463
	<i>Geschenke</i>	444
	<i>Visitenkarten</i>	465
13.3	<i>Kleine Chinesisch-Lektion</i>	466
	<i>Grundbegriffe</i>	466
	<i>Redewendungen</i>	469
	<i>Wichtige Schriftzeichen und Zahlen</i>	470
	Kapitel 14: Informationsquellen zu China	471
14.1	<i>Lektüre</i>	471
	<i>Politik und Wirtschaft</i>	471
	<i>Länderberichte, Fachzeitschriften, China-Veranstaltungen</i>	474
	<i>Geschichte, Kultur, Landeskunde, Reportagen</i>	475
	<i>Fiktion aus China durch die Jahrhunderte</i>	477
14.2	<i>Links: Chinabezogene Think Tanks und Informationsstellen</i>	478
	<i>In oder aus Deutschland</i>	478
	<i>Weltweit</i>	481
	<i>Leben in China</i>	483

Vorwort zur 4. Auflage

»Wissen ist ein Schatz, der seinen Besitzer überallhin begleitet.«
Chinesisches Sprichwort

Kaum ein Land der Welt hat in den vergangenen 20 Jahren eine so beeindruckende wirtschaftliche Entwicklung vollzogen wie die Volksrepublik China. Kein Markt beflügelt die Fantasie westlicher Geschäftsleute mehr, keiner wird aber auch so häufig missverstanden und falsch eingeschätzt. Um Klarheit darüber zu schaffen, wie die Realität aussieht – zwischen falschen Illusionen über Geschäftsmöglichkeiten und Angst vor künftigen Wettbewerbern, zwischen der Bewunderung einer jahrtausendealten Kultur und der Sorge vor undurchschaubaren Geschäftspraktiken –, ist dieses Buch entstanden. Es dient nicht, wie so viele Bücher zu China, der Verklärung des künftigen Erfolgs oder der Heraufbeschwörung einer künftigen Bedrohung. Es versucht vielmehr, den Blick für die Zusammenhänge zu schärfen, ohne deren Verständnis Erfolg in der Zusammenarbeit und im Wettbewerb mit chinesischen Geschäftspartnern nicht möglich ist. Aus diesem Grund werden Wirtschaft, Politik, Kultur und Mentalität durch unser bewährtes Autoren-Dreier-team verknüpft: Jede dieser Facetten ist ein Baustein zu einem tieferen Verständnis Chinas, auf dessen Basis der Leser künftige Entwicklungen besser vorhersehen und die Wirkungen der eigenen geschäftlichen Entscheidungen und Verhaltensweisen besser einschätzen kann.

Das Buch, das Wirtschaftsführer und Entsandte seit zehn Jahren begleitet, geht inzwischen in seine vierte Auflage – eine Auflage, die praktisch ein neues Buch ist. Die Fragestellungen und Herausforderungen des China-Geschäfts haben sich gewandelt. China ist nicht länger ein vielversprechendes Entwicklungsland, sondern in vielen Bereichen ein starker Wettbewerber auf dem Weltmarkt. Politisch sind neue Weichenstellungen erfolgt: Die Kommunistische Partei Chinas vertritt nicht mehr nur Arbeiter und Bauern, sondern auch die Privatwirtschaft. Ein verjüngtes Führungsduo unter Staatspräsident Hu Jintao und Ministerpräsident Wen Jiabao lenkt die Geschicke des Landes auf seinem Weg zu einer der größten Wirtschaftsmächte der Welt. Die Politik greift die neuen Herausforderungen auf, ohne den Alleinvertretungsanspruch der Kommunistischen Partei aufzugeben. Sie verfolgt einen pragmatischen Kurs der Stabilität und Wohlstandssicherung. In Wirtschaft und Gesellschaft reicht die Spannweite von der Schicht der neuen Superreichen über die Manager und Angestellten in den Großstädten und die Politmanager bis hin zu den Wanderarbeitern und Bauern auf den Dörfern.

Chinesische Unternehmen sind nicht mehr nur Kunden oder Juniorpartner, sondern oft schon Weltmarktführer und Konkurrenten. Ihre Leistungsfähigkeit wird von vielen deutschen Unternehmen unterschätzt. Chinesische Unternehmen treten auch in Deutschland als Firmenaufkäufer, Lieferanten und Arbeitgeber auf. Den Startschuss dazu lieferte die »Spread-your-wings«-Strategie der chinesischen Regierung, die zeitgleich mit dem Beitritt Chinas zur Welthandelsorganisation (WTO) im Jahr 2001 ausgerufen wurde. Der kontinuierliche Zufluss von ausländischem Know-how und Kapital in Milliardenhöhe machte China im Zuge seiner Reformen zur viertgrößten Wirtschaftsnation und zur drittgrößten Handelsmacht der Welt. China ist ein Markt, ein Standort und ein Wettbewerber von Weltrang, mit dem jedes deutsche Industrieunternehmen kalkulieren muss.

Manchmal entsteht der Eindruck, China sei bereits ein »normaler« Wirtschaftspartner, der westlichen Erwartungen entspricht. Dafür sprechen nicht nur das Erscheinungsbild der großen Städte und das selbstbewusste, oft fordernde Auftreten mancher chinesischen Geschäftsleute und Politiker, sondern auch die mit dem WTO-Beitritt verknüpften Hoffnungen westlicher Geschäftspartner. Diese Erwartungen werden aber nur zum Teil erfüllt. Ausländische Unternehmen und Politikvertreter beklagen zu Recht die Aufrechterhaltung von Handelsbarrieren, die Beschränkung von Investitionen und die Verletzung von Urheberrechten.

Noch ist China weit von einer Marktwirtschaft westlicher Prägung entfernt. Rechtsstaatlichkeit, Freiheit und Demokratie sind und bleiben westliche Werte, die in China nicht in gleichem Maße angestrebt werden. Bei Verhandlungen und in der täglichen Zusammenarbeit mit chinesischen Geschäftspartnern werden politische, wirtschaftliche und mentalitätsbedingte Unterschiede aber oft erst auf den zweiten Blick sichtbar. Das Buch stellt die wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungen eng miteinander verzahnt und praxisbezogen dar. Der Leser profitiert vom vielfältigen, in langen Jahren aufgebauten Erfahrungsschatz der drei Autoren. Um die Umsetzung zu erleichtern, bietet das Buch zahlreiche Grafiken, systematische Übersichten und Checklisten. Damit erhalten insbesondere mittelständische Unternehmen das notwendige Rüstzeug für eine realistische Einschätzung und eine fundierte Vorbereitung. In diesem Sinne wünschen wir den Lesern wertvolle Erkenntnisse bei der Lektüre des Buches und viel Erfolg bei der Zusammenarbeit mit chinesischen Geschäftspartnern – ob in China, in Deutschland oder auf anderen Märkten der Welt.

München, Mai 2007

Ulrike Reisach, Theresia Tauber, Xueli Yuan

Kapitel 1: China als Markt

(Reisach)

1.1 Marktvolumen

Der Markt von 1,33 Milliarden Menschen lässt Unternehmen aus aller Welt nach China drängen. Kein Zeitungsartikel, kein China-Kongress, keine Festansprache und kein Beraterpapier kommen ohne diesen Bezug aus. Die Stimmung ist entsprechend überschwänglich. »Unsere Häuser werden größer, die Mobiltelefone kleiner«, lautet die Botschaft, verkündet durch das staatliche Fernsehen. Die Berichte über Hunderttausende verkaufter Automobile und Nutzer von Mobiltelefonen, Millionen neu gebauter Häuser, den Glanz der Großstädte und die modernsten Kaufhäuser der Welt bringen die Augen von Investoren und Geschäftemachern zum Glänzen. Weltweit rangiert das bevölkerungsreichste Land der Erde mit einer Wirtschaftsleistung (Bruttoinlandsprodukt) von umgerechnet mehr als 2,2 Billionen US-Dollar im Jahr 2006 bereits an vierter Stelle hinter den großen Industrieländern USA, Japan und Deutschland. Es hält einen Anteil von 5 Prozent an der weltweiten Wirtschaftsleistung und ist zur drittgrößten Handelsnation der Welt aufgestiegen.

Das Marktpotenzial wird jedoch nicht allein von der Zahl potenzieller Konsumenten bestimmt, sondern vor allem von deren Kaufkraft. China stellt zwar weltweit den bevölkerungsreichsten und größten Wirtschaftsraum dar, bleibt aber im Wohlstandsniveau noch deutlich hinter den Industriestaaten zurück. Deutschland beispielsweise verfügt über ein Pro-Kopf-Einkommen von 33.922 US-Dollar pro Jahr – rund 30-Mal so viel wie das der Volksrepublik China (1.700 US-Dollar). In ganz China stehen »nur« etwa 200 bis 250 Millionen Menschen an der Schwelle zu einem nach unseren Maßstäben immer noch bescheidenen Wohlstand – eine Zahl, die mit jener in Indien oder Indonesien vergleichbar ist.

Die Zahl der chinesischen Haushalte, die über ein Jahreseinkommen von mehr als 5.000 US-Dollar pro Jahr verfügen, liegt bei rund 18 Millionen, das sind weniger als 5 Prozent. Gut 50 Millionen Haushalte verfügen über ein Jahreseinkommen von mehr als 3.000 US-Dollar. Nur in den Küstenprovinzen und Großstädten finden sich Kunden, die über genügend Geld verfügen, um westliche Konsumgüter zu kaufen. Wirkliche Luxusprodukte kann sich nur eine schmale Oberschicht von knapp 1 Prozent der Stadtbevölkerung leisten.

1.2 Wirtschaftswachstum

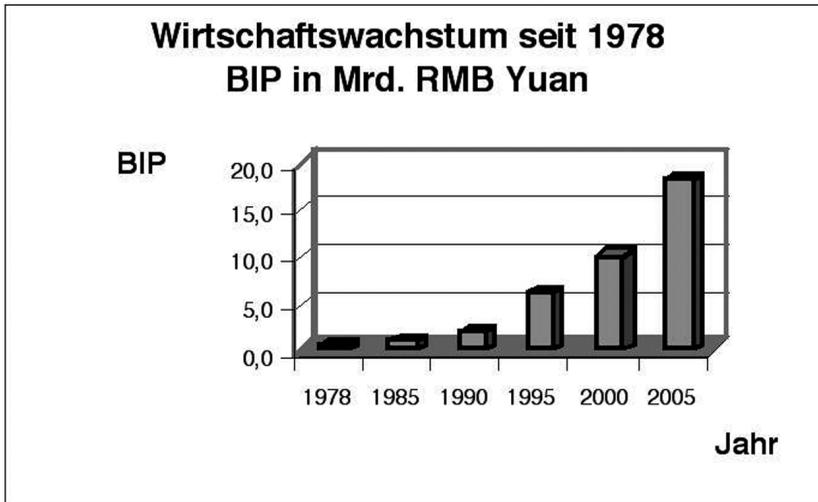
1.2.1 Wachstumsdynamik

China schaffte dank des freien Welthandels und westlichen Know-how-Transfers, wofür andere Länder Generationen brauchen: Es verdoppelte seine Wirtschaftsleistung binnen zwölf Jahren. Mit einem Wachstum von real 9,5 Prozent pro Jahr seit 1990 ist es eine der dynamischsten Wirtschaftsnationen der Welt. Es hat Westeuropa (2 Prozent) sowie die USA (3 Prozent) im Wachstum deutlich hinter sich gelassen. Trotz staatlicher Maßnahmen zur Wirtschaftsdämpfung wurden im Jahr 2006 mehr als 10 Prozent Wachstum erreicht – die chinesische Regierung peilte ursprünglich ein Wachstum von 8,8 Prozent an.

Die Bremsmanöver von Regierung und Notenbank umfassen eine Anhebung der Kreditzinsen und eine weitere Aufwertung der chinesischen Währung. Sie erfolgen in wohldosierten Schritten, ohne dass dies den Aufwärtstrend nennenswert schwächt. Schon 2007 ist die Wirtschaftsleistung Chinas ebenso groß wie die Deutschlands. Der Anteil Chinas an der Weltwirtschaft wird in den kommenden 20 Jahren auf über 10 Prozent ansteigen, damit aber – gerechnet in heutigen Wechselkursen – immer noch deutlich hinter den USA liegen. Erst ab dem Jahr 2035 ist damit zu rechnen, dass China die USA als führende Wirtschaftsmacht überrundet. Dies gilt allerdings nur, wenn keine dramatische Veränderung der Wechselkursrelationen stattfindet.

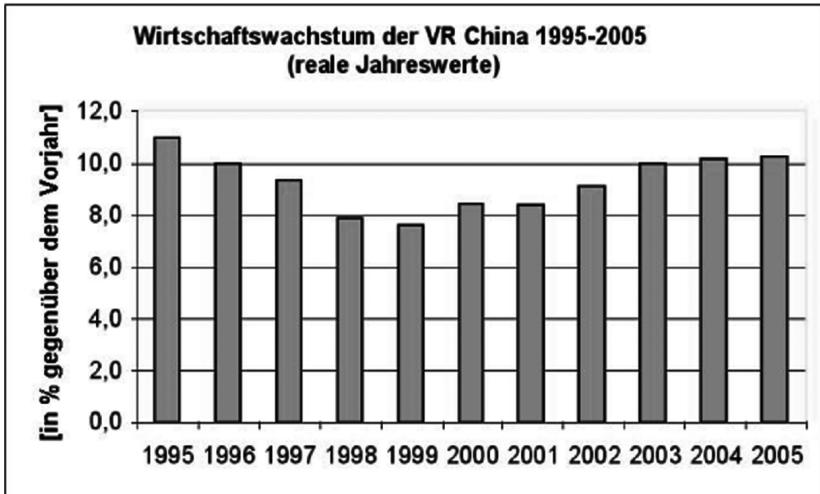
Die chinesischen Wachstumsraten stimulieren die Fantasie von Unternehmen ebenso wie die von Analysten, Fondsinhabern und Spekulanten. Doch die Zahlenangaben für das chinesische Wachstum sind mit Vorsicht zu genießen. Sie könnten höher liegen, als sie die offizielle Statistik ausweist, denn diese kämpft ebenso wie die Steuerbehörden immer noch mit dem Problem der vollständigen Erfassung aller wirtschaftlichen Aktivitäten. So wurden die Wachstumswahlen für 2004 im Dezember 2005 rückwirkend um 280 Milliarden US-Dollar oder 15 Prozent erhöht. Die Dienstleistungen, die inzwischen 40 Prozent der chinesischen Wirtschaftsleistung ausmachen, waren systematisch unterschätzt worden.

Die meisten Prognosen gehen davon aus, dass sich das Wachstumstempo in China in den kommenden zehn Jahren trotz möglicher Rückschläge allenfalls auf durchschnittlich etwa 7 Prozent pro Jahr verringert. China würde damit immer noch mehr als doppelt so schnell wachsen wie die USA und gut dreimal so schnell wie Westeuropa. Dieses hohe Wachstumstempo ist notwendig, um Arbeitsplätze für die bei der Transformation der Staatsbetriebe freigestellten Arbeiter und die in die Städte drängende Landbevölkerung zu schaffen und damit soziale und politische Stabilitätsrisiken zu minimieren.



Quelle: Deutsche Botschaft Beijing

Abbildung 1: Wirtschaftswachstum der VR China seit 1978



Quelle: Deutsche Botschaft Beijing

Abbildung 2: Wirtschaftswachstum der VR China 1995–2005

Das wirtschaftliche Wachstum zahlreicher asiatischer Staaten, darunter Japan und Südkorea, ist eng mit dem Prosperieren Chinas verknüpft. Gleiches gilt inzwischen auch für die großen Handelspartner USA und Europa, die China als Produktionsstandort nutzen, um die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Industrien zu stärken. Damit haben alle Partner ein vitales Eigeninteresse daran, Chinas Bemühen um eine stabile Wirtschafts- und Währungsentwicklung zu unterstützen.

1.2.2 Wachstum und Wohlstandsentwicklung

Legt man die Kaufkraftparitäten zugrunde, wird China schon 2025 zur weltweit größten Wirtschaftsnation aufgestiegen sein. Diese Rechnung orientiert sich am Lebensstandard der Bevölkerung und ist von Wechselkursentwicklungen unabhängiger als die Umrechnung nach Devisenkursen. Sie berechnet den realen Wert der Währungen nach dem lokalen Preis für einen standardisierten Warenkorb. Die Weltbank setzt diese Berechnungsweise häufig ein, um die Lebensbedingungen in den Ländern besser vergleichen zu können, denn sie berücksichtigt die unterschiedlichen Verbrauchsgewohnheiten des Durchschnittsbürgers im jeweiligen Land. Entwicklungsländer schneiden dabei regelmäßig besser ab als bei einer Umrechnung zu Marktpreisen. Denn im Gegensatz zu Industrieländern gehören zum Beispiel ein PKW, eine teure Wohnung und andere Güter nicht zum Warenkorb des Durchschnitts aller 1,33 Milliarden Chinesen.

Doch selbst wenn China 2025 nach Kaufkraftparitäten die größte Wirtschaftsmacht der Welt ist, wird das Pro-Kopf-Einkommen seiner Bürger erst bei etwa einem Drittel des US-Niveaus liegen. Um mithilfe industrieller Massenfertigung möglichst schnell die wachsenden Bedürfnisse der Bürger zu befriedigen und das politische System stabil zu halten, werden ganze Entwicklungsschritte übersprungen. China versucht, im Eiltempo Anschluss an das Wohlstandsniveau der industrialisierten Welt – und damit zurück zu seiner historischen Bedeutung – zu finden.

Denn im Jahr 1820, also lange vor den Opiumkriegen und der Kulturrevolution, war China mit rund einem Drittel der Weltwirtschaftsleistung die führende Nation. Beijing galt mit mehr als einer Million Einwohnern als erste Großstadt der Welt. Erst die Ausbeutung durch den Westen und die Wirren des 20. Jahrhunderts, so die chinesische Lesart, haben Chinas Wirtschaft 1973 auf einen Tiefststand von 3 oder 4 Prozent der Weltwirtschaft zurückgeworfen. Aber auch der Niedergang des Kaiserreiches, die japanische Invasion und später die kommunistische Abschottung und die Kulturrevolution haben dazu beigetragen, dass sich China von seiner ehemaligen Bedeutung in der Weltwirtschaft verabschiedet hatte.

Von diesen dramatischen Rückschlägen erholte sich China zunächst sehr langsam. Im Jahr 1990, also zwölf Jahre nach Beginn der Reform- und Öffnungspolitik, waren erst 5 Prozent der weltweiten Wirtschaftsleistung erreicht. Danach aber gewann die Aufholjagd rapide an Tempo: Im Jahr 2000 steuerte China 10 Prozent zur weltweiten Wirtschaftsleistung bei, im Jahr 2020 werden es wahrscheinlich 20 Prozent sein. Beeindruckend ist insbesondere das Wachstum der chinesischen Industrie: Sie brachte 2006 eine Leistung von umgerechnet mehr als 70 Milliarden US-Dollar hervor. Dieser Wert wird sich bis 2010 mehr als verdoppeln. Das wirtschaftliche Wachstum ist zum Gradmesser des nationalen beziehungsweise politischen Erfolgs geworden.

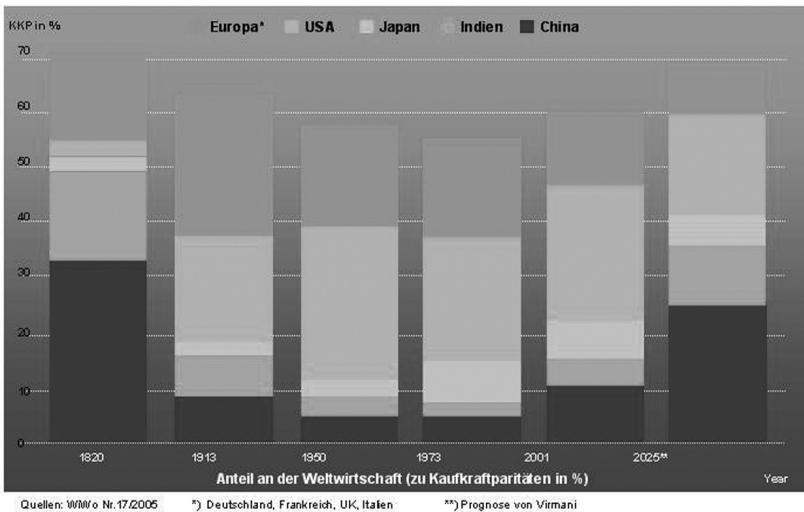


Abbildung 3: Chinas Rolle in der Weltwirtschaft 1820 bis 2025

1.2.3 Konjunktur und Stabilität

Die beeindruckenden chinesischen Wachstumswahlen basieren zu einem erheblichen Teil auf staatlichen Aufträgen sowie auf in- und ausländischen Investitionen. Die in zahlreichen Teilen des Landes laufenden Infrastrukturprojekte wirken wie ein großes, kreditfinanziertes Konjunkturprogramm. Große, zum Teil überzogene Geschäftserwartungen ließen in vielen Branchen Überkapazitäten entstehen. Beispiele dafür sind der Immobiliensektor, die Zementindustrie, die Automobil- und die Stahl-, aber auch die Elektronikindustrie.

Vielfach wurden Wohnungen zu Spekulationszwecken vom Plan weg verkauft und dann gar nicht fertig ausgebaut – eine Praxis, der die chinesische Regierung schließlich Einhalt gebot. Die Überkapazitäten zum Beispiel in der Elektronikindustrie führten zu einem extremen Preisverfall. Der Verdrängungswettbewerb führte sowohl bei in- als auch bei ausländischen Unternehmen zu einem starken Rückgang der Renditen.

Die großzügige Kreditvergabe der chinesischen Banken und der geschlossene Kapitalmarkt sorgen für eine günstige Finanzierung des Booms. Die hohe chinesische Inlandssparquote von mehr als 40 Prozent der Wirtschaftsleistung (zum Vergleich: Deutschland 10 Prozent) hält das Bankensystem aufrecht. Die chinesischen Sparer haben dank des geschlossenen chinesischen Kapitalmarkts keine Alternative zur Anlage ihrer Rücklagen bei chinesischen Banken oder bei den hoch volatilen chinesischen Börsen.

Die Kreditentscheidungen der staatlich dominierten Banken orientierten sich in der Vergangenheit weniger an der Rentabilität der Projekte, sondern folgten politischen Vorgaben aus Beijing beziehungsweise von Provinzregierungen und Lokalverwaltungen. Nach Angaben der chinesischen Zentralbank ist rund ein Drittel aller Bankkredite ausfallgefährdet. Ausländische Experten gehen jedoch davon aus, dass dies viel zu niedrig angesetzt ist. Sie schätzen rund die Hälfte aller Kredite, insgesamt also rund 400 bis 680 Milliarden US-Dollar, als gefährdet ein.

Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young musste Mitte Mai 2006 auf Druck der chinesischen Zentralbank einen Bericht zurückziehen, wonach die Höhe der faulen Kredite chinesischer Banken 911 Milliarden US-Dollar beträgt und damit die chinesischen Devisenreserven übersteigt. Diesem Bericht zufolge, dem Prüfungen bei der chinesischen Staatsbank ICBC vorausgegangen waren, hatte die aggressive Kreditvergabe der Jahre 2002 bis 2004 eine neue Welle fauler Kredite zur Folge. Allein bei den vier großen chinesischen Staatsbanken ging Ernst & Young von 358 Milliarden uneinbringlichen Krediten aus, dreimal so viel wie die von der chinesischen Regierung veranschlagten 133 Milliarden US-Dollar.

Die Probleme der chinesischen Banken und der von ihnen finanzierten Staats- und Kommunalbetriebe könnten demnach wesentlich größer sein, als die chinesische Regierung so kurz vor den Börsengängen von Bank of China und ICBC sowie mit Blick auf die laut WTO-Vertrag vereinbarte Öffnung der Kapitalmärkte zum Jahreswechsel 2006/2007 eingestehen wollte. Vergleicht man das Volumen gefährdeter Kredite mit der chinesischen Wirtschaftsleistung (Bruttoinlandsprodukt), das sich 2005 auf umgerechnet 2,2 Billionen US-Dollar belief, wird das ganze Ausmaß des Problems deutlich. In der Vergangenheit konnten weder staatliche Kapitalspritzen noch die Übertragung größerer Schuldenvolumina auf Auffanggesellschaften (»Asset Management Companies«) das Problem lösen. Eine Finanzmarktkrise ist also in

China nicht ganz ausgeschlossen. Die Eindämmung der konjunkturellen Überhitzung stellt daher zusammen mit der Sanierung der ineffizienten Staatsbetriebe und der Banken eine gewaltige Herausforderung für die Regierungspolitik dar.

Die Regierung weiß sehr wohl, dass der Grat zwischen notwendiger Konjunkturdämpfung und einem ernsten Wachstumseinbruch schmal ist, und agiert daher sehr vorsichtig. Verzögerte Genehmigungen und Landzuteilungen sowie verschärfte Kreditwürdigkeitsprüfungen sollen helfen, die Konjunktur sanft in ruhigere Fahrwasser zu bringen. Die Zinsen werden sukzessive erhöht, die Kreditvergabe der staatlichen Banken deutlich eingeschränkt. Kommentatoren sprechen von »1.000 kleinen Ventilatoren gegen den Hitzschlag« – dies ist möglicherweise das sinnvollste Vorgehen, um größere Rückschläge zu vermeiden.

Denn bei einer verlangsamten Entwicklung oder sogar schon bei wirtschaftlicher Stagnation besteht die Gefahr, dass regionale und soziale Konflikte aufbrechen. Doch bei ungebrochener wirtschaftlicher Dynamik stehen die Chancen gut, dass China seine konjunkturellen Probleme bewältigt. Das chinesische Wachstum trägt daher Züge einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung. Solange alle an die Fortdauer des Wachstumskurses glauben, Investitionen und Konsum fließen und sich das Ausland um Anteile am großen chinesischen Kuchen drängt, wird China auf der Überholspur bleiben. Nehmen jedoch die Zweifel überhand, könnte China in ernste Bedrängnis kommen. Es unterscheidet sich in dieser Hinsicht nicht grundlegend von den USA, die ebenfalls vom Glauben an die Dynamik der US-Wirtschaft leben und auf diese Weise ihre Defizite finanzieren.

1.3 Bevölkerungsentwicklung

1.3.1 Bevölkerungspolitik

Die Bevölkerung der VR China wird trotz Ein-Kind-Politik von 1,33 Milliarden Menschen (2005) auf 1,37 Milliarden Menschen (2010) wachsen. Die stärksten Altersgruppen sind mit rund 240 Millionen Menschen die der 30- bis 40-Jährigen und mit rund 215 Millionen die 10- bis 20-Jährigen. Der Zuzug von rund 200 Millionen Menschen in die Städte ist der Motor für das chinesische Wachstum – für den Bauboom ebenso wie für die zahlreichen Produktionsbetriebe, die billige Arbeitskräfte aus den Binnenprovinzen beschäftigen.

Das Wachstum Chinas gründet sich in starkem Maße auf den Einsatz des Faktors Arbeit. Sobald die Zahl der Erwerbstätigen von 768 Millionen Menschen (2005) nicht weiter steigt, wird auch das chinesische Wachstum einen Dämpfer erhalten. Schon jetzt zeigen die Prognosen ab 2010 einen Rückgang der Zahl der Menschen im erwerbsfähigen Alter – es geht das Wort um »China wird alt, bevor es reich wird«. Aus diesem Grund setzt die chinesische Regierung für die Zukunft nicht mehr auf arbeitsintensive Billigprodukte, sondern auch auf Hightech-Erzeugnisse, und ist gewillt, die Bevölkerung auf diese neue Herausforderung einzustimmen.

Da Söhne traditionell bevorzugt werden, hat die seit 1979 geltende Ein-Kind-Politik zu einem Überhang an männlichem Nachwuchs geführt. Die vorgeburtliche Diagnostik, die im Übrigen gesetzlich verboten ist, macht es möglich, das Geschlecht des Kindes zu bestimmen, sodass Millionen von Mädchen bereits während der Schwangerschaft abgetrieben werden. Besonders krass ist das Missverhältnis von männlichen und weiblichen Neugeborenen in der Provinz Guangdong, weshalb Untersuchungen über die Ursachen angestellt wurden. Das Ergebnis: In Guangdong als wohlhabender Provinz verfügen sogar die Kleinstädte über Krankenhäuser mit Ultraschallgeräten, die eine einigermaßen treffsichere Geschlechtsbestimmung des Fötus zulassen.

Auf dem Land ist auch die Tötung oder Vernachlässigung neugeborener Mädchen keine Seltenheit. Nur so kommen ärmere Familien vielleicht beim zweiten Versuch zu ihrem Wunschsohn. Abtreibungen lösen in China nicht so starke religiös oder kulturell bedingte Schuldgefühle aus wie in Deutschland und sind als Mittel der Bevölkerungspolitik auch beim ungewollten zweiten Kind verbreitet. Als Folge ist in China mit einem Überhang von 40 Millionen Männern zu rechnen, die keine Frau finden werden. Das Problem betrifft vor allem gering qualifizierte Männer vom Land und Wanderarbeiter, die einer Frau kein Leben in Wohlstand sichern können. Die gebildeten, aufstrebenden jungen Chinesinnen in den Städten gehen dagegen gezielt auf die Suche nach Heiratskandidaten, die ihnen ein Leben im Luxus bieten können.

Die chinesische Regierung beziehungsweise das zentrale Amt für Bevölkerungspolitik hat rasch erkannt, dass die Ein-Kind-Politik langfristig das Wachstum der Volksrepublik bremsen wird. Daher wird Akademiker-Ehepaaren, die beide Einzelkinder sind, neuerdings ein zweites Kind erlaubt. Der kleine Kreis der so Privilegierten dient klar auch bevölkerungspolitischen Zielen: Es soll eine neue, leistungsfähige Generation herangezogen werden, der das Elternhaus sowohl die Fähigkeiten als auch die finanziellen Mittel für eine exzellente Ausbildung zur Verfügung stellt. Auf dem Land erhalten Paare, deren erstes Kind »nur« ein Mädchen ist, das Recht auf ein weiteres

Kind. Frauen über 35 sollen ab 2010 ebenfalls ein zweites Kind bekommen können.

Die Altersvorgabe überrascht den westlichen Betrachter – in China war sie jedoch immer ein Mittel der Bevölkerungspolitik. Die Anhebung des vorgeschriebenen Heiratsalters auf 25 Jahre bei Frauen und 27 Jahre bei Männern war wesentlich für den Erfolg der Bevölkerungspolitik. Gleichzeitig laufen Kampagnen, um den Status der Mädchen zu verbessern und um Familien Anreize zu geben, Töchter großzuziehen. Plakatwände informieren darüber, um wie viel besser es ist, eine Tochter zu haben, und unterstützen Familien mit Mädchen durch Zuschüsse und Stipendien für weiterführende Schulen.

1.3.2 Alterung

Das Durchschnittsalter der chinesischen Bevölkerung lag im Jahr 2000 bei 30 Jahren. Nach Berechnungen der UN liegt es im Jahr 2005 bei 33 Jahren – das entspricht dem Durchschnittsalter Japans von 1980. Im Jahr 2050 wird das Durchschnittsalter dann schon bei fast 45 Jahren liegen, selbst wenn man von einem leichten Anstieg der Geburtenrate ausgeht. Wie dramatisch die Alterung ist, wird erst beim Vergleich mit Deutschland klar: Das Durchschnittsalter der Bevölkerung in Deutschland wird zwischen 2005 und 2050 um nur 5,3 Prozent auf 47 Jahre steigen. In China dagegen schnellst das Durchschnittsalter in diesem Zeitraum um ganze 12,2 Jahre in die Höhe. Die Lebenserwartung steigt von 72 (2000) auf 75 Jahre. Der Anteil der über 60-Jährigen an der Gesamtbevölkerung wächst stark. Er lag 1990 noch bei rund 9 Prozent und wird im Jahr 2025 fast 20 Prozent der dann rund 1,5 Milliarden Chinesen erreicht haben.

Die junge, dynamische Gesellschaft des heutigen China altert also sehr rasch. Der Anteil der Bevölkerung im arbeitsfähigen Alter (15 bis 64 Jahre) erreicht 2010 seinen Höhepunkt, um dann kontinuierlich zu sinken. Im Jahr 2050 wird China nur noch über einen Erwerbsfähigenanteil von 60,7 Prozent verfügen; das ist die Quote, die Deutschland um 2025 erreicht. China wird also vor den gleichen Problemen stehen: Auch hier werden – nicht zuletzt als Folge der Ein-Kind-Politik – immer weniger junge und leistungsfähige Menschen für immer mehr alte und schwache aufkommen müssen. Doch die Familien- und Dorfstrukturen, die früher in Not geratene Mitglieder versorgten, sind durch Arbeitslosigkeit und Abwanderung in Auflösung begriffen.

Außerdem bekommt China das sogenannte 4-2-1-Problem zu spüren: Wenn zwei Einzelkinder heiraten, haben sie vier Personen der Elterngeneration zu versorgen, selbst aber nur ein Kind. Die staatliche Rentenversicherung erstreckt sich nur auf Mitarbeiter von Staatsbetrieben in den Städten, das heißt, sie umfasst nicht einmal die Hälfte aller Stadtbewohner. In den