



(Foto: hxdyl - stock.adobe.com)

26.06.2024

## China und Korea: Deutsche Betriebe zwischen Hoffnung und Hürden

Die Reise von Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck nach Südkorea und China setzt nach Worten von Volker Treier, Außenwirtschaftschef der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK), „ein starkes Zeichen für die relevanten Schlüsselmärkte der Region“.

Beide Länder spielten eine „zentrale Rolle“ für deutsche Unternehmen, so Treier: „Im Jahr 2023 war China der wichtigste, Korea der dritt wichtigste Handelspartner in Asien. Zwar haben die USA China in diesem Jahr überholt, das schmälert aber nicht die Bedeutung dieser Märkte für die deutsche Wirtschaft.“

Der DIHK-Außenwirtschaftschef ist überzeugt: „Eine politische Unterstützung ihres Engagements vor Ort – sei es in Fragen des fairen Wettbewerbs, der regulatorischen Hürden oder der Zusammenarbeit in Bereichen wie grüner Technologie – wird den Unternehmen und auch Deutschland als Volkswirtschaft in diesen unruhigen Zeiten sehr zugutekommen.“

### DIHK-Auswertung zu Korea zeigt optimistischere Erwartungen

Er verweist auf eine Sonderauswertung des kürzlich veröffentlichten AHK World Business Outlook, der zufolge sich die Geschäftslage deutscher Betriebe in Korea deutlich verbessert hat. Auch die Zukunftsaussichten haben sich aufgehellt. „Fast 43 Prozent der Unternehmen erwarten, dass ihre Geschäfte in den nächsten zwölf Monaten sogar besser laufen“, berichtet Treier. Trotzdem gebe es Sorgen über eine geringe Nachfrage (53 Prozent), unsichere wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (44 Prozent) und hohe Arbeitskosten (36 Prozent).

Gleichzeitig sind sich die Unternehmen der zunehmenden geopolitischen Herausforderungen bewusst und ergreifen in Korea Maßnahmen, die von der Erschließung neuer Absatzmärkte bis zum Ausbau ihrer

Lieferantennetzwerke reichen. In diesem Zusammenhang beabsichtigen auch viele der Befragten, stärker in Korea zu investieren.

### **Hohe Kosten und Regulierung**

In China planen deutsche Unternehmen ebenfalls Maßnahmen zur Risikostreuung. In beiden Ländern sehen sie sich mit ähnlich großen Herausforderungen bei der Diversifizierung konfrontiert (Korea: 82 Prozent, China: 81 Prozent). Dazu gehören hohe Kosten, erhöhte Regulierung beziehungsweise Rechtsvorschriften und Schwierigkeiten bei der Suche nach passenden Lieferanten oder Geschäftspartnern und nach geeigneten Absatzmärkten. Etwa die Hälfte der Unternehmen betrachtet sich in beiden Ländern als mäßig gut auf internationale Krisen und geopolitische Risiken vorbereitet.

Hier gelangen Sie zur Sonderauswertung AHK World Business Outlook zu Südkorea und China. ([Link: https://www.dihk.de/resource/blob/118566/0876a673d9fe05f8f8417f226e0ef899/international-sonderauswertung-wbo-zu-korea-und-china-data.pdf](https://www.dihk.de/resource/blob/118566/0876a673d9fe05f8f8417f226e0ef899/international-sonderauswertung-wbo-zu-korea-und-china-data.pdf))

### **Größte Herausforderung in China ist die Auftragsflaute**

Eine weitere Sonderauswertung vom Frühjahr dieses Jahres, Teil der Umfrage „Going International“, zeigt, dass deutsche Betriebe in China derzeit mit einer schwachen Auftragslage (53 Prozent) zu kämpfen haben.

Ein Drittel der Unternehmen vor Ort sieht zudem ungleiche Wettbewerbsbedingungen als großes Hindernis (33 Prozent) für bessere Geschäfte in China. „Es ist daher richtig und wichtig, dass sich Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck während seines ersten Besuchs in China ein Bild vor Ort macht und sich über die aktuellen Herausforderungen unserer Unternehmen im China-Geschäft informiert“, betont Volker Treier. „Trotz aller Schwierigkeiten bleibt China ein wichtiger Chancenmarkt, und die Reise muss genutzt werden, um Kooperationspotenziale auszuschöpfen.“

Das Chancenpotenzial zeigt sich auch in den aktuellen Umfrageergebnissen: 59 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass ihre geschäftlichen Beziehungen mit China in den nächsten zwölf Monaten stabil bleiben. 22 Prozent planen, ihre Aktivitäten in China auszuweiten, um den dortigen Markt besser bedienen zu können.

### **Anpassungen im Risikomanagement**

Für über 70 Prozent der befragten Unternehmen bleibt China ein bedeutender Markt, insbesondere wegen seiner Rohstoffe, Vor- und Endprodukte. Um sich aber auf mögliche Veränderungen einzustellen und besser vorzubereiten, ergreifen 68 Prozent der Unternehmen konkrete Maßnahmen, darunter Anpassungen im Risikomanagement (46 Prozent) sowie die Suche nach neuen Absatz- (41 Prozent) und Beschaffungsmärkten (36 Prozent).

## ANSPRECHPARTNER



International

**JAN HEIDEMANNS**

Tel.: 0651 9777-230

Fax: 0651 9777-205

[heidemanns@trier.ihk.de](mailto:heidemanns@trier.ihk.de)