



AUTOR



**Prof. Dr. Thomas Straubhaar**  
Direktor des HWWI und Profes-  
sor an der Universität Hamburg  
Tel: 040 - 34 05 76 - 100

WELTWIRTSCHAFT

## Lieber nach Amerika als nach China!

Was war das für eine Woche: erst die Wahlen in den USA, dann folgte in Peking der 18. Parteitag der chinesischen Kommunisten. Innerhalb weniger Tage standen damit in den beiden heutigen Supermächten wichtige politische Weichenstellungen an. In den USA geht es darum, eine tief gesplittene Nation zu einen und mehr neue Jobs für die Maße der (Langzeit-)Arbeitslosen zu schaffen. In China verlangt die Bevölkerung mehr Wohlstand, mehr Gerechtigkeit und weniger Korruption.

Amerikas Bevölkerung hat sich für Barack Obama und damit für Kontinuität und eine Fortsetzung der bisherigen Politik entschieden. Anders Chinas Kommunisten. Sie mussten einen Generationenwechsel vollziehen. Die „Alten“, Präsident Hu und Premier Wen, hatten mit mehr Wachstum und ohne Rücksicht auf Verluste die Volksrepublik ökonomisch an die Weltspitze geführt. Die „Neuen“, Xi und Li, werden nichts weniger als eine radikale Umkehr der Wachstumspolitik der letzten Dekaden vornehmen müssen.

Bemerkenswert ist die europäische Reaktion auf die Wahlen in USA und China. „Der amerikanische Patient“ wird als bettlägerige, dem Niedergang geweihte, große Nation karikiert. Wieso soll Barack Obama in der zweiten Amtszeit nun schaffen, was ihm bisher nicht gelungen ist? Zumal im Kongress die Republikaner die Mehrheit haben und momentan wenig dafür spricht, dass letztere den demokratischen Präsidenten unterstützen werden in seinem Kampf, die drohenden fiskalischen Klippen nachhaltig zu umschiffen.

China hingegen wird von den Europäern mit Bewunderung zugetraut, die nicht minder großen Veränderungen erfolgreich zu bewältigen. Deshalb drängen viele nach Osten statt nach Westen. Das kann sich rasch als teure Illusion entlarven. Denn die Volksrepublik bleibt trotz aller ökonomischen Erfolge ein autokratisch regiertes, zentralistisch verwaltetes und von einer Einheitspartei dominiertes Land – was die pompösen Bilder vom Wahlparteitag der KP wieder einmal eindrücklich vor Augen führten und woran sich alle erinnern sollten, die, angelockt von der steigenden Kaufkraft von über einer Milliarde Menschen, hoffen, im und mit dem Land der Mitte das schnelle Geschäft machen zu können.

Jahrelang entwickelte sich die chinesische Wirtschaft mit enormer Dynamik. Seit 1978 mit dem Übergang von Mao zu Deng Xiaoping und der Reintegration Chinas in die Weltwirtschaft bis heute lag die durchschnittliche reale jährliche Wachstumsrate bei rund 10 Prozent. Kein anderes Land hat in der jüngeren Vergangenheit auch nur einen annähernd ähnlich stürmischen Aufholprozess geschafft. Die Volksrepublik ist mittlerweile wirtschaftlich auf Augenhöhe mit den USA oder der Euro-Zone. Gerade hat die OECD prognostiziert, dass China die USA noch in diesem Jahrzehnt als größte Wirtschaftsmacht der Welt ablösen könne. Für viele europäische Firmen ist China zum wichtigsten Absatzmarkt geworden. Das gilt nicht so sehr für die Schweiz, zunehmend aber für Deutschland und Frankreich. Da jedoch schweizerische Firmen oft Zulieferer für europäische Industriebe-

triebe (Anlage-, Auto-, Fahr- und Flugzeug-, Maschinenbau) sind, ist die Schweizer Wirtschaft indirekt mit China viel stärker verbunden als es der vergleichsweise geringe chinesische Anteil von 8 Prozent am schweizerischen Ausfuhrwert zum Ausdruck bringt. Bedeutsamer als die Handelsstatistiken ist zudem, dass hiesige Unternehmen nicht nur Güter in die Volksrepublik liefern, sondern auch Teile ihrer Wertschöpfung nach China verlagert haben und vor Ort zusammen mit chinesischen Partnern oder Tochterfirmen zusätzliche Leistungen in beträchtlichem Umfang erbringen. Das sichert auch Arbeitsplätze in der Schweiz.

Der chinesische Wachstumserfolg der letzten 30 Jahre basierte auf drei Faktoren: billige Arbeitskräfte, billige Energie, billige Umwelt. Folge davon sind dramatische demografische, gesellschaftliche und ökologische Folgekosten. Sie wurden bis anhin unter dem Deckel gehalten. Nun aber beginnt der Druck der Bevölkerung zu wachsen. Die Menschen wollen schlicht ein besseres Leben. Schlechte Luft, schmutziges Wasser, die ungebremsten CO<sub>2</sub>-Emissionen, die rasante Verstädterung mit vielen Slums für die Wanderarbeiter, das enorme Land-Stadt-Gefälle der wirtschaftlichen Entwicklung, die demographische Alterung als Folge einer Einkinder-Familienpolitik, die fehlenden sozialen Sicherungsnetze sowie die Vetternwirtschaft und die damit einhergehende grassierende Korruption führen bei der Bevölkerung zu zunehmender Unzufriedenheit.

Keiner der drei Wachstumsfaktoren der Vergangenheit ist nachhaltig. Die Arbeiter wollen mehr verdienen. Energie wird auch in China teurer. Das Umweltbewusstsein wird stärker. Das Geschäftsmodell so billig wie möglich zu produzieren, um auf dem Weltmarkt noch wettbewerbsfähiger zu werden, ist am Ende. Der neuen chinesischen Führung muss eine Umkehr gelin-

gen. Weg von einer umweltbelastenden hin zu einer Ökologie verträglichen Produktion. Weg von sozioökonomisch fragwürdigen Verhältnissen hin zu mehr Rücksicht auf die Bedürfnisse von Belegschaften, Wanderarbeitern und der Masse von Landarbeitern im nach wie vor agrarisch geprägten westlichen Hinterland.

Die Grundmodernisierung der „China AG“ ist eine heroische Aufgabe für die neuen Machthaber in Peking. Nach dem erfolgreichen Aufholprozess steht nun eine Konsolidierung bevor. Gefordert ist eine Konterrevolution: Nach Investitionen, um für den Weltmarkt wettbewerbsfähig zu werden, muss nun der Konsum folgen, um die einheimische Bevölkerung teilhaben zu lassen. Wahrlich keine leichte Aufgabe für ein Land mit mehr als 1,1 und bald schon gegen 1,3 Milliarden Menschen von denen immer noch mehr als 600 Millionen mit wenig mehr als dem aller Nötigsten unter ärmlichen Verhältnissen auf dem Land leben.

Die übrige Welt kann nur hoffen, dass es der neuen chinesischen Führung gelingen wird, den so dringend erforderlichen Kurswechsel rechtzeitig zu vollziehen und den Kollateralschaden gesellschaftlicher und politischer Konflikte zu verhindern, der in der Wirtschaftsgeschichte oft mit derart radikalen Modernisierungsprozessen einherging. Ansonsten würden nicht nur in China die Lichter ausgehen. Auch in vielen europäischen Betrieben müssten als Folge einer chinesischen Krise Produktion und Beschäftigung zurückgefahren werden.

Genau deswegen wären Schweizer Firmen gut beraten, einen Plan B auszuarbeiten. Er sollte stärker nach Westen als nach Osten ausgerichtet sein. Je weiter weg Kunden oder Produktionsstätten sind, umso komplexer wird das Geschäft. Schon die Kommunikation mit amerikanischen Kunden oder Partnern ist schwer genug, obwohl man sich noch so einigermaßen ohne Dol-

metscher verständigen kann. Wie schwierig aber ist es, in Südostasien eine gemeinsame Sprache zu finden, nachhaltige Beziehungen aufzubauen, Vertrauen und Verlässlichkeit zu schaffen? Trotz World wide web, Facebook und Twitter bleiben Menschen ferner Welten unbekannte Wesen, die anders ticken, handeln und entscheiden. Da gilt es viel Lehrgeld zu bezahlen und einen langen Atem zu haben, bevor – wenn überhaupt – die großen Profite eingefahren werden können. Es braucht großes Wissen über andere Länder, Kulturen, Gesellschaften, Sprachen und viel Verständnis und Fingerspitzengefühl für deren Eigenarten.

Die USA haben manche Schwächen, aber ganz sicher ebenso viele Stärken. Dazu gehört die in der Vergangenheit immer wieder gezeigte Fähigkeit, die Wirtschaft rasch zu modernisieren. Wenn Not am Land ist, werden die Amerikaner erfinderisch. Der Wirbelsturm „Sandy“ hat gerade wieder offenbart, wie marode die Infrastruktur ist. Da gibt es viel zu tun. Das dürfte das Innovationstempo beschleunigen.

Ist es so utopisch zu erwarten, dass der wiedergewählte Präsident den Wandel schafft? Die Voraussetzungen sind so schlecht nicht. Barack Obama wird alles daran setzen müssen, zusammen mit den Republikanern einen Kompromiss der Vernunft zu finden. Der würde gute Voraussetzungen für eine schnelle Erholung Amerikas schaffen. Als Folge wird viel neue Nachfrage für Infrastruktur, Anlagen und Investitionsgüter entstehen – alles Kernkompetenzen der Schweizer Industrie. „Go west, not east“ könnte sich deshalb schon bald für viele schweizerische Firmen als Erfolgsmotto erweisen.

*Eine gekürzte Version dieses Beitrags ist am 14. November 2012 in „Finanz und Wirtschaft“ erschienen.*