

Deutscher Außenhandel mit China: Chancen und Risiken

Die Handelsbeziehungen mit China haben sich über die beiden letzten Jahrzehnte sehr dynamisch entwickelt. China hat eine immer größere Bedeutung für den Hamburger Außenhandel. Die Ursachen für das Wachstum von Ex- und Importen sind aber unterschiedlich.

Von Michael Bräuninger

Die chinesischen Exporte sind stark gestiegen, weil China an Wettbewerbsfähigkeit gewonnen hat. Ursächlich dafür war die Industrialisierung bei einem hohen Arbeitsangebot und geringen Löhnen. Das Importwachstum wiederum wurde durch das hohe Nachfragewachstum in China verursacht. Die gestiegene Nachfrage resultierte aus stark steigenden Investitionen und zunehmendem Einkommen und Konsum.

In den nächsten Jahren wird sich der Wachstumsprozess in China fortsetzen; dabei wird der Aufholprozess aber verlangsamt. So wird die Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts in China bis zum Ende des Jahrzehnts auf 6 % bis 7 % zurückgehen. Mit dem Bruttoinlandsprodukt steigen auch die Einkommen und Löhne. Dementsprechend werden die Preise steigen und dadurch die chinesische Wettbewerbsfähigkeit verringern. Andere Länder gewinnen damit relativ an Wettbewerbsfähigkeit, sodass sich Handelsströme verschieben werden. Die höheren Preise in China wiederum werden zum Teil durch höherwertige Produkte ausgeglichen. Insofern könnte bei diesen Produkten der internationale Wettbewerbsdruck weiter zunehmen. Außerdem wird China vermehrt Vorprodukte in asiatischen Nachbarländern einkaufen, um so die Preise weiter niedrig zu halten. Als Folge dieser Entwicklungen werden die chinesischen Exporte nicht mehr so stark expandieren und deren Wachstumsrate wird auf unter 10 % zurückfallen.

Das Importwachstum wird ebenfalls nachlassen, wenn das chinesische Bruttoinlandsprodukt langsamer zunimmt. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die chinesischen Importe aus Deutschland langsamer wachsen. Deutschland wird von seiner speziellen Exportstruktur profitieren:

Mit dem sich weiter ausweitenden Mittelstand in China wird die Nachfrage nach Automobilen noch steigen und mit dem Aufbau einer höherwertigen Industrie in China wird die Nachfrage nach Investitionsgütern weiter zunehmen. Insofern dürfte – wie schon in der Vergangenheit – die Wachstumsrate der deutschen Exporte nach China insgesamt über der Wachstumsrate der chinesischen Importe liegen. In Zukunft aber wird China viele Produkte, die es derzeit aus Deutschland importiert, selbst produzieren und dann auch zum Konkurrenten für Deutschland auf dem Weltmarkt werden. In dem hier betrachteten Zeitraum bis 2020 dürfte jedoch der Aufbaueffekt dominieren, sodass Deutschland vom chinesischen Wachstum profitieren wird.

Bis Ende dieses Jahrzehnts werden die deutschen Exporte nach China ebenso wie die Importe aus China schneller wachsen als die deutschen Ex- oder Importe insgesamt. Außerdem werden die deutschen Exporte nach China schneller zunehmen als die deutschen Importe aus China. Damit wirkt der Außenhandel mit China positiv auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland. Dies gilt auch für Hamburg. Hier werden neben den Luftfahrzeugen auch andere Güter der gewerblichen Wirtschaft stark vom Exportwachstum nach China profitieren.

Mit den beschriebenen Veränderungen der Exportstruktur nimmt die Abhängigkeit der deutschen und der hamburgischen Exportwirtschaft von den konjunkturellen Entwicklungen in China zu. Eine konjunkturelle Krise in China hätte dann gravierende negative Folgen für die hiesigen Entwicklungen. Trotz der hohen Wachstumspotenziale wäre eine Krise auch in China denkbar. In den letzten Jahren hat

es auf dem chinesischen Immobilienmarkt erhebliche Preissteigerungen gegeben. Vieles spricht dafür, dass es sich hierbei um eine Preisblase handelt. Zwar besteht die Möglichkeit, dass die chinesische Wirtschaft aus dieser Blase herauswächst. Es besteht jedoch auch die Möglichkeit, dass es zu einem abrupten Absturz der Immobilienpreise kommt. In diesem Fall wären chinesische Haushalte, Unternehmen und Banken von einem negativen Vermögensschock betroffen.

Die Wachstumsrate könnte auf ein niedriges einstelliges Niveau sinken. Dies hätte gravierende Folgen für die eng mit der chinesischen Wirtschaft verflochtenen asiatischen Staaten. Auch die westlichen Industrieländer wären alle negativ betroffen. Für Deutschland würde daraus aufgrund der hohen Exportabhängigkeit ein erheblicher negativer Wachstumseffekt resultieren. Die generelle Abschwächung der Weltwirtschaft würde diesen Effekt verstärken. Bei ohnehin schwachem Wachstum könnte das eine neue globale Rezession bedeuten.

STUDIE



Bräuninger, M.; Neubach, C.; Stepping, K. (2012): Chinas Zukunft – Hamburgs Schicksal. Chinesische Entwicklungsperspektiven und ihre Auswirkungen auf den Außenhandelsplatz Hamburg, Studie im Auftrag der Hamburger Sparkasse, Hamburg. Die Studie steht als Download im Internet zur Verfügung unter: www.hwwi.org/fileadmin/hwwi/Publikationen/Partnerpublikationen/Haspa/Studie_Chinas_Zukunft_-_Hamburgs_Schicksal.pdf.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Hamburg

In diesem Jahr hat die Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH den ersten Kreativwirtschaftsbericht für Hamburg vorgelegt. Das HWWI hat hierfür den statistischen Teil erarbeitet, der die ökonomische Bedeutung einzelner Teilmärkte aufzeigt. Dabei wird auch auf Hamburgs Position als Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft im Städtevergleich eingegangen. Von Silvia Stiller und Jan Wedemeier

Die Kultur- und Kreativwirtschaft (im Folgenden Kreativwirtschaft) ist ein expandierender Wirtschaftszweig und wichtiger Arbeitgeber, der in den deutschen Städten – auch in der Hansestadt Hamburg – an Bedeutung gewinnt. Dabei zählen nach der statistischen Erfassung in Deutschland zu dieser Branche die Musik-, Film- und Rundfunkwirtschaft, der Buchmarkt, der Kunstmarkt, die darstellende Kunst, die Designwirtschaft, Architektur, die Werbewirtschaft, der Pressemarkt und die Software-/Games-Industrie.

Insgesamt gab es in den Branchen der Kreativwirtschaft in Hamburg im Jahr 2008 im öffentlichen und im privaten Sektor rund 79.000 Arbeitsplätze. Die Anzahl der Unternehmen in der Kreativwirtschaft lag bei annähernd 13.000. Damit gehört fast jede siebte Hamburger Firma diesem Wirtschaftszweig an. Dabei sind die Arbeitsplätze sehr unterschiedlich auf die einzelnen Teilmärkte verteilt: Die Software-/Games-Industrie, der Werbemarkt, die Designwirtschaft und der Pressemarkt stellen 84,5 % aller Arbeitsplätze. Die Unternehmen der Kreativwirtschaft erwirtschaften 2,8 % aller Umsätze der Hamburger Unternehmen, wobei hiervon auf den Pressemarkt als Branchenschwergewicht ein Drittel entfällt.

Hamburg bietet gute Voraussetzung für eine weitere positive Entwicklung der Kreativwirtschaft. Kreative Unternehmen siedeln sich häufig in einem urbanen Umfeld an, weil es dort eine hohe Konzentration von Menschen mit Kreativ- und Kulturbereufen gibt. In Deutschland zeigt sich bereits eine Spezialisierung der Großstädte auf Kreativbranchen. Tabelle 1 stellt die ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft in den vier größten deutschen Städten dar. Mit 80.887 Erwerbstätigen im privaten Sektor der Kreativwirtschaft hatte

Erwerbstätigkeit im privaten Sektor der Kreativwirtschaft im Städtevergleich 2008¹

	Erwerbstätige insgesamt	Erwerbstätige in der Kreativwirtschaft	Anteil der Kreativwirtschaft an der Erwerbstätigkeit in %
Hamburg	1.042.236	70.319	6,7
Berlin	1.416.050	80.887	5,7
Köln	610.228	40.541	6,6
München	907.758	73.163	8,1

¹ Erwerbstätige ohne Beamte, Selbstständige und Unternehmen mit weniger als 17.500 Euro Umsatz. Der Analysezeitraum endet 2008, weil zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie keine aktuelleren Daten aus der Umsatzstatistik vorlagen.

Quellen: Statistische Landesämter (2010); Bundesagentur für Arbeit (2010); Berechnungen HWWI nach Leitfa-den zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft.

Berlin im Jahr 2008 die höchste Anzahl von Arbeitsplätzen in diesem Bereich aufzuweisen, gefolgt von München und Hamburg. Setzt man diese Zahlen in Relation zur Erwerbstätigkeit insgesamt in der jeweiligen Stadt, weist München mit 8,1 % die größte Kreativwirtschaftsquote aus. In Hamburg entfallen 6,7 % der Arbeitsplätze auf die Kreativwirtschaft, in Köln sind es 6,6 % und in Berlin 5,7 %.

In der Software-/Games-Industrie findet sich in allen vier betrachteten Städten die höchste Anzahl an Arbeitsplätzen. Dabei ist dieser Teilmarkt sehr heterogen: Er umfasst Betätigungsfelder wie die Entwicklung von Buchhaltungsprogrammen genauso wie das Webdesign. Der zweitstärkste Teilmarkt ist in allen Städten der Werbemarkt. In den weiteren Teilmärkten liegt die Erwerbstätigkeit in allen Städten deutlich unter 10.000 Personen. Eine Ausnahme stellt lediglich die Filmwirtschaft in Berlin mit mehr als 12.000 Erwerbstätigen dar.

Insgesamt ist die relative Bedeutung der einzelnen Teilmärkte in den betrachteten Städten sehr ähnlich. Dabei lassen sich drei Branchen identifizieren, in denen die Hansestadt gemessen an der Zahl der Arbeitsplätze führend in Deutschland ist. Dies sind der Werbemarkt, der Pressemarkt und die Designwirtschaft.

Im Zeitraum von 2003 bis 2008 hat sich die Zahl der Arbeitsplätze in der Kreativwirtschaft sehr dynamisch entwickelt. München (+22,2 %) und Berlin (+21,1 %) verzeichneten dabei die höchsten Zuwächse. Mit diesen Wachstumsraten lag die Kreativwirtschaft in diesen Städten deutlich oberhalb der Dynamik der Arbeitsplatzentwicklung im Durchschnitt aller Branchen in Deutschland (+4 %). In Köln lag der Anstieg der Erwerbstätigenzahlen zwischen 2003 und 2008 bei 13,7 %, in Hamburg bei 9,7 %.

Im Städtevergleich entwickeln sich in Hamburg die vier Teilmärkte Musikwirtschaft, Markt für darstellende Kunst, Architekturmarkt sowie besonders die Software- und Games-Industrie positiv. Insgesamt weist die Hansestadt somit in zahlreichen Kreativbranchen bereits eine hohe Anzahl von Arbeitsplätzen auf und viele Teilmärkte entwickeln sich dynamisch. Damit trägt die Kreativwirtschaft auch zum wissensbasierten Strukturwandel in Hamburg bei, denn sie bietet zahlreiche Betätigungsfelder für qualifizierte Arbeitskräfte.

STUDIE

Nitt-Drießelmann, D.; Stiller, S.; Wedemeier, J. (2012): Kreativwirtschaftsbericht 2012 für Hamburg, Teilbericht 1 „Die statistische Analyse“. Die Studie steht als Download im Internet zur Verfügung unter: www.kreativgesellschaft.org/kreativwirtschaftsbericht/.