

## „Wir waren Partner, sind Partner und bleiben Partner“. Beim Bayerisch-Chinesischen Sommerdialog sprechen sich Vertreter aus Wirtschaft und Politik gegen Abschottung und für eine Fortsetzung von Dialog und Kooperation aus

Am 3. Juli trafen sich über 350 Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zum zweiten „Bayerisch-Chinesischen Sommerdialog“ in der Alten Kongresshalle in München.

In seiner Eingangsrede sprach sich **Tobias Gotthardt, Staatssekretär im Bayerischen Wirtschaftsministerium** für eine Fortsetzung der erfolgreichen Kooperation mit China aus. Seit 2008 sei die Volksrepublik wichtigster Handelspartner des Freistaats, so Gotthardt. 700 bayerische Unternehmen haben Standbeine in China und über 470 chinesische Unternehmen sind in Bayern aktiv. Dabei setzen immer mehr bayerische Firmen auf Lokalisierung und Diversifizierung. Dies bedeutet, dass sie zum einen ihr Chinageschäft vertiefen, zum anderen aber auch neue Standorte für Einkauf und Produktion erschließen.

Bayern habe das Stammtischgen, so Gotthardt. Deshalb fordere er die Vertreter des Chinesischen Generalkonsulats auf, sich auch bei schwierigen Themen mit den bayerischen Vertretern zusammzusetzen und gemeinsam Lösungen zu finden.

Der **Referent für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München, Clemens Baumgärtner**, erklärte, dass der Freistaat Bayern bereits seit 1975 ein stabiler Gesprächs- und Wirtschaftspartner für China sei. Er bedankte sich beim Chinesischen Generalkonsulat in München für die Unterstützung bayerischer Unternehmen in China, aber auch chinesischer Firmen im Freistaat und warb für weitere Investitionen aus der Volksrepublik. „Bayern und China sollten mehr miteinander und weniger übereinander reden“, so Baumgärtner. Trotz aller Schwierigkeiten könnten stets gemeinsame Lösungen gefunden werden.

Der **Leiter der Wirtschafts- und Handelsabteilung des Chinesischen Generalkonsulats in München, GUO Fang**, betonte, dass bei der Entwicklung der chinesisch-deutschen Beziehungen der Freistaat Bayern immer eine Vorreiterrolle gespielt habe. Mit seinen drei wirtschaftlich starken Partnerprovinzen in China - Shandong, Guangdong und Sichuan - gehört der Freistaat zu den Bundesländern mit den meisten Partnerschaften in der Volksrepublik. Im Jahr 2023 hat Bayern mehr als ein Fünftel des gesamten deutschen Handelsvolumens mit China abgewickelt und steht weiterhin an der Spitze aller Bundesländer in Hinsicht auf das Chinageschäft.

Gleichzeitig warnte er vor zunehmendem Protektionismus der EU, die unter dem Deckmantel von falschen Beschuldigungen eine Entkopplung von China vorantreibe. Diese werde „die Kosten der Wirtschaftstätigkeit erhöhen, die Beziehungen zwischen den beiden Seiten kappen und die Konflikte verschärfen“. Dementsprechend würde eine Entkopplung auch vielen bayerischen Unternehmen wie BMW schaden. Zum Schluss rief Herr Konsul GUO die Anwesenden auf, die derzeitige visafreie Einreise nach China zu nutzen, um die Volksrepublik zu besuchen und das wahre China kennenzulernen.

Im Anschluss folgten zwei Podiumsdiskussionen, die von dem Moderatorduo **LI Nan, Mitglied des Vorstands des Chinaforum Bayern e.V. und Geschäftsführerin von China Agent**, sowie **Stefan Geiger, Geschäftsführer des Chinaforum Bayerns** geleitet wurden.

In der ersten Runde diskutierten **John Wai Lam, Mitbegründer von State of Culture und Jörg Knauer, Chief Creative Officer bei Heilmaier Messedesign** über die Unterschiede von Design und Kreativität in Deutschland und China. „Während Deutschland im Bereich Design eher geradlinig ist, ist China häufig experimentierfreudiger“, so John Wai Lam. Im Bereich des Messebaus sei China oft vergleichbar mit Deutschland in den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts, so Jörg Knauer. Damals waren die Messestände häufig sehr gleichförmig und stellten keinen Bezug zum Produkt her. Jedoch gibt es in China heute auch zahlreiche international agierende Firmen, die großen Wert auf ein modernes Design legen.

Zu beobachten sei eine Anpassung im Design, weil sich die Bedürfnisse der Nutzer weiter anpassen. Wobei die Nutzerorientierung in der chinesischen Kultur noch ausgeprägter ist als im Westen. Deutschland sei ein Land der Autobauer, so Knauer, das sich sehr stark auf eine Markenidentität stützt. Oft sei die Markenidentität sogar stärker als das Produkt. China hatte lange Zeit keine Identität in den eigenen Marken und musste daher, um attraktiv zu sein, viel stärker auf den Nutzer eingehen. Diese fehlende Nutzerorientierung ist seiner Ansicht nach eine große Schwäche vieler deutscher Hersteller.

Ein weiterer Unterschied zwischen Deutschland und China ist die größere Offenheit chinesischer Nutzer für neue Technologien. Hier sollten deutsche Kunden offener werden, um die kommenden Veränderungen voranzutreiben.

In der zweiten Runde diskutierten **WANG Licong, General Managerin bei Hollyland Europe und Dr. Ji Yang, Managing Director des European R&D Hub von LiangDao** über die Chancen und Herausforderungen chinesischer Startups in Deutschland. Frau WANG erklärte, dass die erste große Hürde ihres Unternehmens in Deutschland darin bestand, ein Bankkonto zu eröffnen. Häufig wurde ihr Ersuchen von den Banken abgelehnt, weil der Kontoinhaber eine chinesische Firma sei.

Dr. Ji erklärte, dass er bei der Gründung seines Unternehmens eine neue Sprache gelernt habe: Behördendeutsch. Aber wenn man die Prozesse einmal verstanden habe, so Ji, würde man auch als ausländisches Unternehmen ans Ziel gelangen.

Auf die kulturellen Unterschiede zwischen Deutschland und China angesprochen, befand WANG Licong den Umgang mit Work-Life-Balance am offensichtlichsten. Der Arbeitsmarkt in China sei extrem kompetitiv, während in Deutschland Freizeit einen höheren Stellenwert einnimmt. Sie äußerte die Hoffnung, dass sich die Arbeitseinstellung in beiden Ländern zukünftig einander annähern.

Dass es nicht einfach ist, in einem deutschen Umfeld zu arbeiten und gleichzeitig einen Chef in China zu haben, der mit der Kultur im Westen wenig vertraut ist, erläuterte Dr. Ji. Als sein Geschäftsführer an einem Sonntag nach Deutschland kam und die gesamte Belegschaft zu einem Meeting einladen wollte, benötigte er viel Fingerspitzengefühl, um ihn von diesem Plan abzubringen. Dies bedeute jedoch nicht, so Ji Yang, dass die Mitarbeiter faul seien. Als wenige Wochen später ein äußerst wichtiger Termin an einem Montagmorgen im Norden Deutschlands anstand, ist die Belegschaft ganz selbstverständlich bereits am Sonntag angereist.

Im Anschluss an die Podiumsdiskussionen konnten die Teilnehmer ihr Wissen beim beliebten interkulturellen China-Bayern-Quiz testen und Preise bei der Sommerdialogs-Tombola gewinnen. Für den kulturellen Rahmen sorgte der Zauberer und Mentalist Louis von Eckstein mit einer atemberaubenden Zaubershow.

Nach dem chinesischen Abendessen konnten die Gäste im Foyer der Alten Kongresshalle Tischtennis spielen und sich die Kunstaussstellung der Galerie Shanghai bewundern.

#### **Die Sponsoren des Bayerisch-Chinesischen Sommerdialogs:**

**Partner:** Landeshauptstadt München, Bayerisches Wirtschaftsministerium, Invest in Bavaria, Chinesisches Generalkonsulat München

**Hauptsponsor:** King's Luck (Jaxin)

**Premiumsponsoren:** Bank of China, Huawei, Messe München, Rödl & Partner

**Classic Sponsoren:** Ami Partners, Bird&Bird, Cosber, German Centre Shanghai, Heilmaier Messedesign, HEINZ Logistik, Hollyland, NürnbergMesse, Port of Antwerp Bruges, Startup Factory China; THITEC Innovation & Incubation, Wacker Chemie, XGIMI

**Medienpartner:** Investment Plattform China/Deutschland

#### **Über das Chinaforum Bayern**

Der Chinaforum Bayern e.V. fördert als Kompetenzzentrum die deutsch-chinesischen, insbesondere die bayerisch-chinesischen Beziehungen mit Schwerpunkt in den Bereichen Wirtschaft und Politik. Der gemeinnützige Verein vermittelt kompetente Ansprechpartner aus allen chinarelevanten Bereichen und bietet seinen Mitgliedern exklusive Plattformen für den Austausch. Gegründet wurde das Chinaforum Bayern am 30. Oktober 2003 aus einer privaten Initiative heraus.

Weitere Informationen unter [www.chinaforumbayern.de](http://www.chinaforumbayern.de)

#### **Kontakt Chinaforum Bayern e.V.:**

Mail: [presse@chinaforumbayern.de](mailto:presse@chinaforumbayern.de)

Telefon: 089 8946589-0