



Deutsche Wirtschaft im Wettbewerb mit China

DIHK-Sonderumfrage 2026

Gemeinsam Wirtschaft Stärken

DIHK

Deutsche
Industrie- und Handelskammer

IHK

Deutsche
Industrie- und Handelskammern

Zusammenfassung

Die Konkurrenz durch chinesische Anbieter wird für deutsche Unternehmen zunehmend zur Herausforderung: Deutsche Unternehmen verlieren Marktanteile an chinesische Wettbewerber in Deutschland, im EU-Binnenmarkt, in China sowie auf Drittmärkten. Damit ist nicht nur das wichtige Exportgeschäft zunehmend unter Druck, sondern auch der Industriestandort Deutschland insgesamt.

Zwei Drittel der Unternehmen spüren zunehmend den Konkurrenzdruck durch chinesische Wettbewerber.

Dabei bewertet mehr als ein Drittel der Betriebe den Wettbewerb als stark oder sehr stark. Besonders ausgeprägt ist der Druck in der Industrie sowie bei Unternehmen, die in China investiert oder vor Ort eigene Standorte etabliert haben. Aber auch Unternehmen, die keine direkten Geschäftsbeziehungen zu China haben, spüren die wachsende Konkurrenz, wenngleich in einem geringeren Maß.

Der Wettbewerbsdruck wird im EU-Binnenmarkt stärker wahrgenommen als auf Drittmärkten. Vor allem Industrieunternehmen im europäischen Binnenmarkt stehen derzeit unter Druck, während der Handel die chinesische Konkurrenz vor allem im Inland wahrnimmt. Unternehmen, die in China investiert und dort eigene Standorte aufgebaut haben, spüren den Wettbewerbsdruck im chinesischen Binnenmarkt am stärksten. Aus den Freitexten geht hervor, dass chinesische Unternehmen längst nicht mehr nur über den Preis konkurrieren. Sie sind technologisch stark, innovativ und international immer präsenter. Gleichzeitig beklagen viele deutsche Unternehmen auch Wettbewerbsverzerrungen auf chinesischer Seite.

Innovation als wichtigste Antwort auf den zunehmenden Wettbewerb: Ein Rückzug aus umkämpften Geschäftsfeldern kommt für eine große Mehrheit der Betriebe nicht infrage (88 Prozent). Stattdessen setzen drei von fünf Unternehmen auf Produktinnovation, die Hälfte auf Kostensenkung (50 Prozent), 39 Prozent verstärken die Suche nach neuen Absatzmärkten, um dem zunehmenden Wettbewerb aus China zu begegnen. Etwa ein Drittel kooperiert mit chinesischen Partnern.

Die Unternehmen erwarten vor allem ein geeintes Vorgehen Europas: Zwei Drittel der Unternehmen fordern, dass die EU geschlossen gegenüber China auftritt (67 Prozent). 60 Prozent geben an, die EU sollte strategische Abhängigkeiten reduzieren, knapp die Hälfte wünscht sich den Ausschluss chinesischer Betriebe von kritischer Infrastruktur. Mehr als jedes dritte Unternehmen befürwortet eine stärkere Zugangsbeschränkung des EU-Binnenmarktes für chinesische Konkurrenz. Für ausgeprägtere Handelsschutzmaßnahmen sprechen sich 31 Prozent der Unternehmen aus. Gleichzeitig spricht sich ein Viertel der Unternehmen für den Abbau gegenseitiger Handels- und Investitionshürden und fast jedes fünfte Unternehmen für erleichterte Innovationspartnerschaften aus. Deutsche Unternehmen sehen mithin weiterhin Vorteile in der Zusammenarbeit zum beiderseitigen Nutzen, solange gleiche Spielregeln für alle Marktteilnehmer gelten.

Wettbewerbsverzerrungen mit stärkeren EU-Maßnahmen begegnen: 55 Prozent stimmen stärkeren handelspolitischen Maßnahmen gegenüber China zu oder eher zu, auch wenn ihr eigenes Unternehmen von negativen Konsequenzen betroffen wäre. Neben Maßnahmen zum Handelsschutz könnten auch weitere Maßnahmen, wie die Einführung von EU-Präferenzen, darunterfallen. 37 Prozent lehnen dies eher oder vollständig ab; acht Prozent geben keine Einschätzung ab. Klar ist: Die EU sollte und nicht abwarten, sondern handelspolitisch aktiv sein.

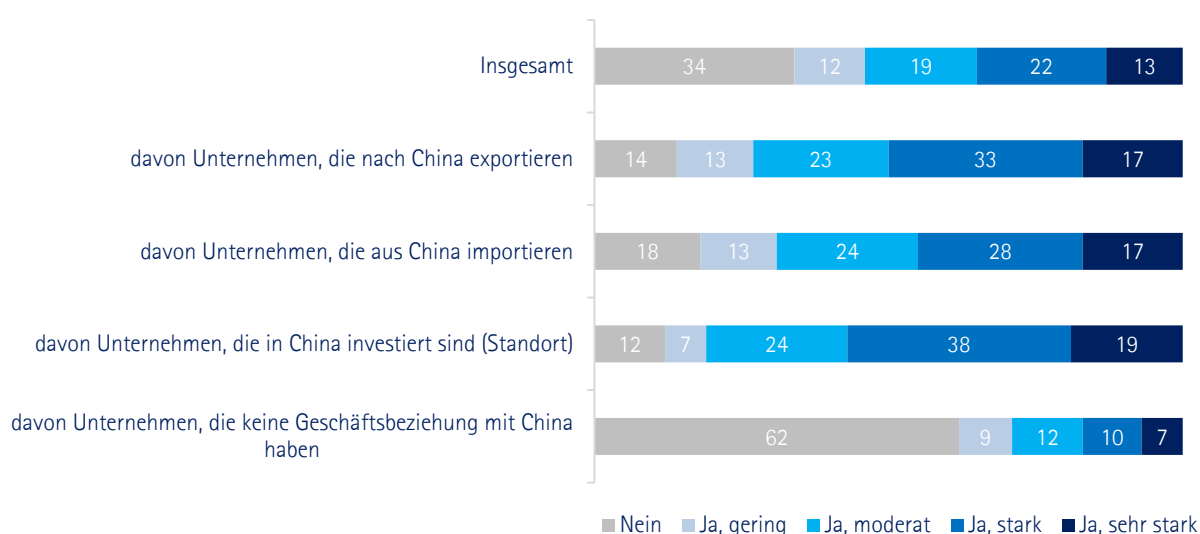
Die deutsche Wirtschaft stellt sich derzeit auf eine neue Wettbewerbsrealität ein. Chinesische Hersteller haben qualitativ und technologisch enorm aufgeholt. China ist für viele Unternehmen zugleich Absatz- und Beschaffungsmarkt, Partner und Konkurrent. Die Unternehmen erwarten genau deswegen eine aktivere europäische Wirtschafts- und Handelspolitik.

Verschärfter Wettbewerb erreicht die Breite der Wirtschaft

Zwei Drittel der antwortenden Unternehmen spüren eine wachsende Konkurrenz durch chinesische Wettbewerber. Ein Drittel davon nimmt die wachsende Konkurrenz als stark (22 Prozent) oder als sehr stark (13 Prozent) wahr. 19 Prozent bewerten sie als moderat, zwölf Prozent als gering.

Besonders hoch ist der Anteil in der Industrie: Dort berichten 83 Prozent von zunehmendem Konkurrenzdruck, 50 Prozent spüren diesen sogar stark oder sehr stark. Chinesische Maschinen- oder Automobilbauer machen deutschen Unternehmen in Schlüsselbranchen Konkurrenz. Im Handel nehmen 73 Prozent eine wachsende Konkurrenz wahr. Andere Dienstleister sowie Unternehmen aus Verkehr und Logistik sind mit jeweils knapp einem Drittel deutlich seltener betroffen.

Anteil der Unternehmen, die wachsende Konkurrenz durch chinesische Wettbewerber spüren in Prozent



Die Art der Geschäftsbeziehung zu China hat Einfluss darauf, wie stark Unternehmen den zunehmenden Wettbewerbsdruck aus China spüren. Mit 88 Prozent spüren Unternehmen mit Investitionen oder eigenen Standorten in China die wachsende Konkurrenz durch chinesische Wettbewerber am stärksten. Bei Unternehmen mit Exportgeschäft nach China sind es 86 Prozent, bei Unternehmen mit Importgeschäft 82 Prozent. Auch Unternehmen ohne direkte Geschäftsbeziehungen zu China spüren die wachsende Konkurrenz chinesischer Wettbewerber bei ihren Geschäften. Mehr als jedes Dritte dieser Unternehmen spürt die wachsende Konkurrenz aus China (38 Prozent).

Mehr als 14 Prozent der globalen Warenexporte entfallen auf China. Daher macht sich ein steigender Wettbewerbsdruck auch bei Unternehmen ohne direktes China-Geschäft bemerkbar: In der Industrie sind es 53 Prozent der Unternehmen, die eine zunehmende Konkurrenz durch chinesische Wettbewerber spüren. Im Handel sind es ähnlich viele (52 Prozent).

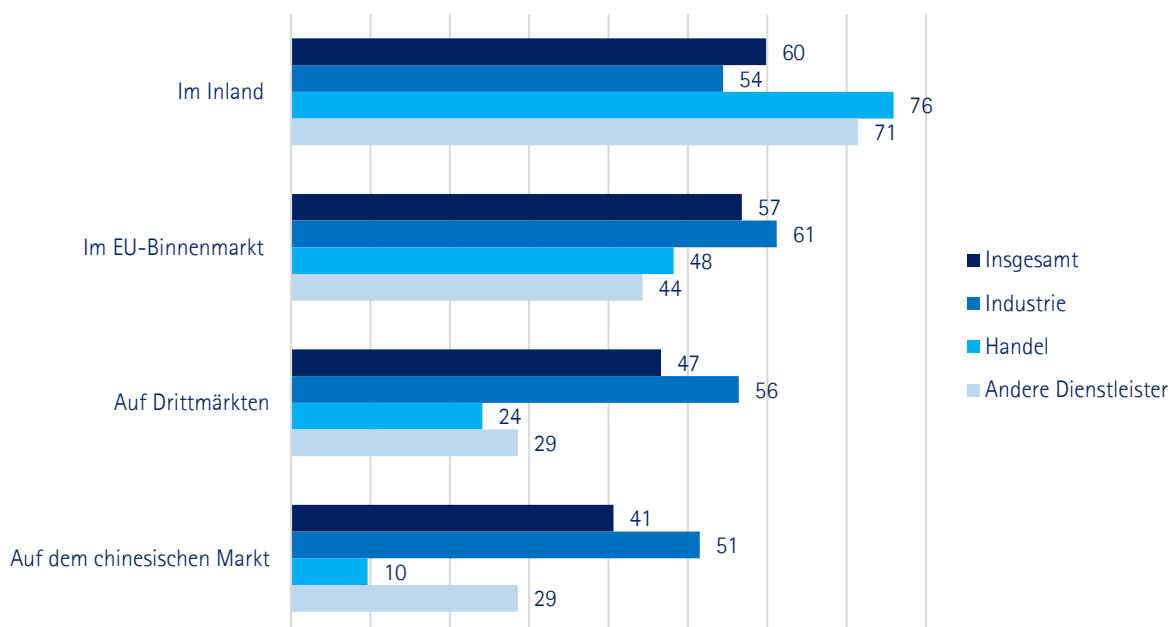
Der Wettbewerbsdruck zeigt sich auf allen wichtigen Märkten

Unternehmen, die einen steigenden Konkurrenzdruck wahrnehmen, spüren das auf ganz unterschiedlichen Märkten: vor Ort auf dem chinesischen Markt, auf Drittmärkten, aber auch im EU-Binnenmarkt und im Inland. Besonders Industriebetriebe spüren den zunehmenden Wettbewerbsdruck chinesischer Anbieter auf allen Märkten – in ähnlicher Intensität.

Handelsunternehmen sind vor allem im Inland einem verstärkten Wettbewerb ausgesetzt (76 Prozent), nicht so stark dagegen im chinesischen Markt (zehn Prozent). Dabei steht vor allem der Wettbewerb des stationären sowie des Onlinehandels mit chinesischen Plattformen für Kleinwarensendungen im Fokus. In den Freitextantworten beklagen Unternehmen insbesondere Wettbewerbsnachteile durch eine mangelhafte Durchsetzung von Produkt- und Sicherheitsstandards bei chinesischen Importen. Die EU hat bereits kürzlich durch eine Zollreform die Abschaffung der europäischen De-Minimis Zollbefreiung umgesetzt und plant weitere Verschärfungen in diesem Bereich.

Auf welchen Märkten spüren die Unternehmen den Wettbewerbsdruck durch chinesische Anbieter?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich, Angaben der Unternehmen mit wachsender Konkurrenz



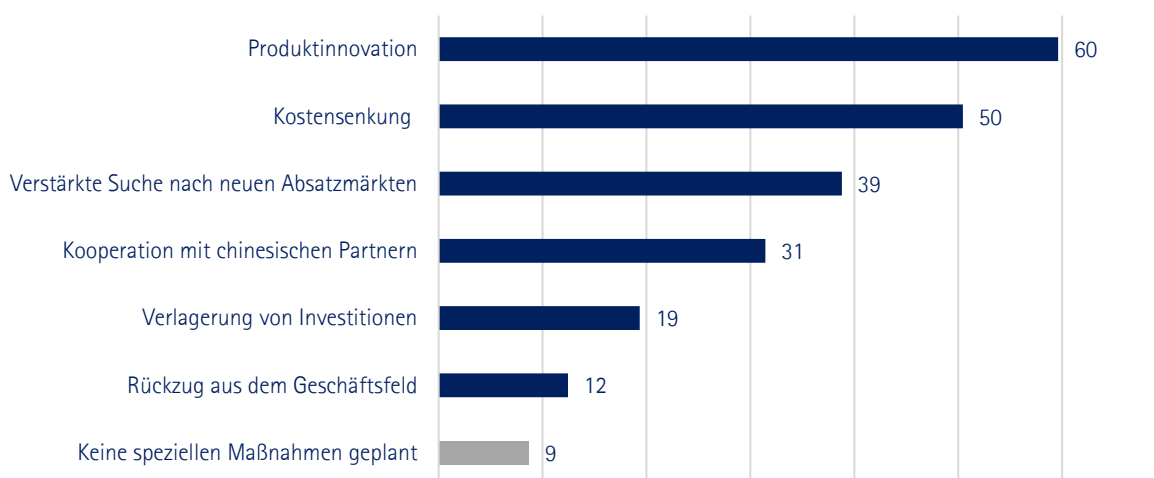
Innovation als wichtigste Antwort auf den zunehmenden Wettbewerb

Die betroffenen Unternehmen begegnen dem zunehmenden Wettbewerb vor allem mit Maßnahmen zur Stärkung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit. Drei von fünf Unternehmen setzen dabei auf Produktinnovation, 50 Prozent auf Kostensenkung. 39 Prozent suchen verstärkt nach neuen Absatzmärkten. Fast jedes dritte Unternehmen kooperiert mit chinesischen Partnern, bei Unternehmen, die Waren und Vorleistungen aus China beziehen, ist es sogar jedes zweite (49 Prozent). Insgesamt plant fast jedes fünfte deutsche Unternehmen, seine Investitionen aufgrund der wachsenden chinesischen Konkurrenz zu verlagern (19 Prozent). Bei Unternehmen mit Investitionen oder Standorten in China beabsichtigen das mit 38 Prozent sogar doppelt so viele.

Der Rückzug aus ihrem bisherigen Geschäftsfeld als Reaktion auf den zunehmenden Wettbewerbsdruck seitens chinesischer Hersteller ist für die große Mehrheit der Unternehmen keine Option. Nur zwölf Prozent der Unternehmen geben ihr Geschäftsfeld wegen der wachsenden Konkurrenz auf.

Wie reagieren die Unternehmen auf den zunehmenden Wettbewerb aus China?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich, Angaben der Unternehmen mit wachsender Konkurrenz

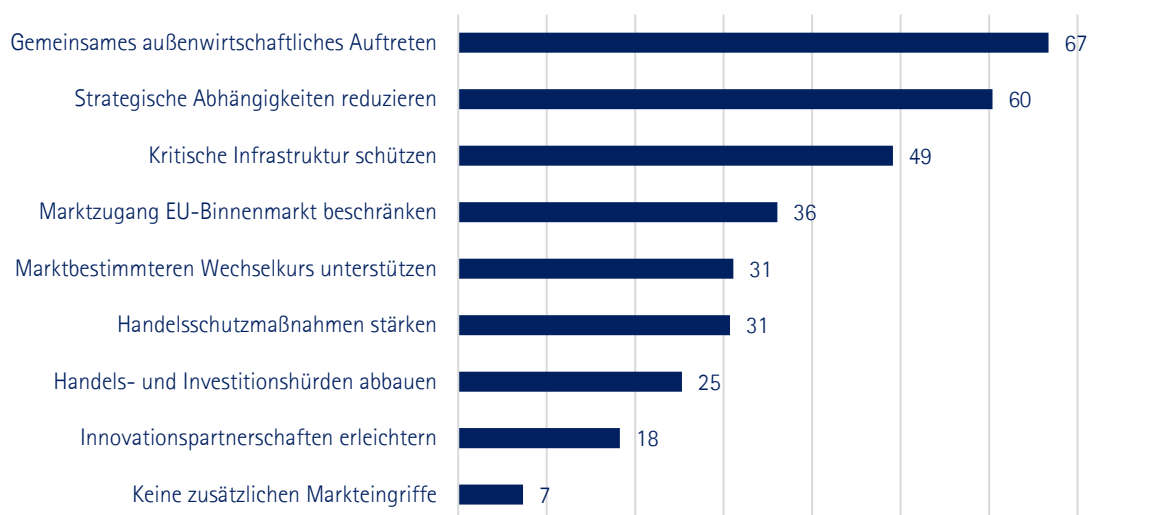


Die Unternehmen erwarten vor allem ein geschlossenes Europa

Zwei Drittel der Unternehmen wollen ein gemeinsames außenwirtschaftliches Auftreten der EU. 60 Prozent geben an, die EU sollte strategische Abhängigkeiten reduzieren, knapp die Hälfte wünscht sich mehr Schutz der kritischen Infrastruktur. Damit wünscht sich die Mehrheit der Unternehmen europäische Handlungsfähigkeit im Umgang mit der wachsenden Konkurrenz aus China und eine Strategie, die Europa resilienter und weniger angreifbar macht.

Welche wirtschaftspolitischen Maßnahmen sollte die EU im Hinblick auf China ergreifen?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich



Restriktivere handelspolitische Instrumente erhalten demgegenüber weniger Zustimmung: Nur 36 Prozent befürworten einen stärker begrenzten Zugang zum EU-Binnenmarkt. Bezogen nur auf die Unternehmen, die Druck auf dem Binnenmarkt spüren, fordern bereits mehr als zwei von fünf diesen stärker abzuschotten (42 Prozent). Knapp ein Drittel spricht sich für einen stärker marktbestimmten Euro/Renminbi-Wechselkurs aus (31 Prozent), ebenso viele für stärkere Handelsschutzmaßnahmen. Zugleich befürwortet ein Viertel der Unternehmen den Abbau gegenseitiger Handels- und Investitionshürden und knapp jedes fünfte Unternehmen

erleichterte Innovationspartnerschaften. Aus Sorge vor Gegenmaßnahmen lehnen sieben Prozent zusätzliche Markteingriffe ab.

Die bevorzugten Maßnahmen unterscheiden sich dabei je nach Unternehmensausrichtung. Unternehmen ohne China-Geschäft nennen den Abbau strategischer Abhängigkeiten (64 Prozent) und den Ausschluss chinesischer Unternehmen von kritischen Infrastrukturprojekten (54 Prozent) überdurchschnittlich häufig. Unternehmen mit Export-Geschäft nach China sowie mit Investitionen oder Standorten in China befürworten dagegen öfter den Abbau von Handels- und Investitionshürden (32 beziehungsweise 38 Prozent) sowie einen stärker marktbestimmten Euro/Renminbi-Wechselkurs (41 beziehungsweise 43 Prozent). Hier liegt der Fokus mehr auf der Schaffung gleicher Wettbewerbsbedingungen.

Dies unterstützen auch die Freitextantworten, die einige Unternehmen dazu genutzt haben, weitere Maßnahmen zu nennen. Dabei sprechen sich die Unternehmen für eine Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland und Europa aus. Dabei werden Bürokratieabbau und eine Senkung der Standortkosten genannt. Einige Unternehmen nennen faire Wettbewerbsbedingungen und gleiche regulatorische Anforderungen für chinesische Anbieter wie für europäische Unternehmen zur Schaffung eines Level Playing Fields. Zudem wünschen sich Unternehmen stärkere Anreize für Innovationen, eine gezielte Förderung von Zukunftstechnologien sowie eine aktivere Industriepolitik auf europäischer Ebene.

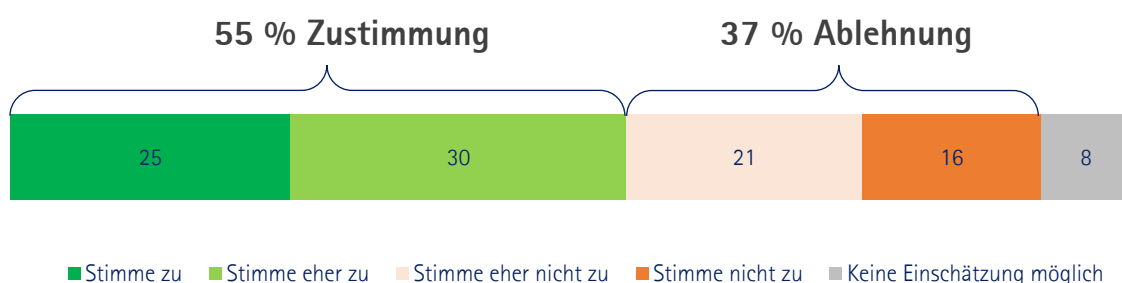
Die EU sollte handelspolitisch aktiver sein, nicht tatenlos verharren.

55 Prozent der Unternehmen sprechen sich für die Einführung stärkerer handelspolitischer Maßnahmen der EU gegenüber China aus, um Wettbewerbsverzerrungen zu begegnen, auch wenn ihr Unternehmen selbst von negativen Konsequenzen betroffen wäre:

Insgesamt stimmen 25 Prozent stärkeren Maßnahmen gegenüber China zu, weitere 30 Prozent stimmen eher zu. Etwas mehr als ein Drittel äußert eher eine Ablehnung gegenüber stärkeren handelspolitischen Maßnahmen: 16 Prozent stimmen der Aussage nicht zu, weitere 21 Prozent stimmen eher nicht zu. Das Ergebnis zeigt, dass sich eine Mehrheit ein Level Playing Field mit China wünscht, aber keinen breiten Konsens, welche EU-Maßnahmen hierfür am zielführendsten sind.

„Die EU sollte gegenüber China stärkere handelspolitische Maßnahmen einführen, um Wettbewerbsverzerrungen zu begegnen, auch wenn mein Unternehmen von negativen Konsequenzen betroffen wäre (z.B. Bürokratiekosten, höhere Preise, Zölle, Gegenmaßnahmen, Lieferengpässe)?“

Angaben in Prozent



Dabei lässt sich differenzieren, dass Unternehmen ohne direktes China-Geschäft solchen handelspolitischen Maßnahmen häufiger zustimmen (58 Prozent) als Unternehmen, die ein Export- oder Importgeschäft (54 Prozent bzw. 52 Prozent) haben. Bei Unternehmen, die Investitionen bzw. eigene Standorte in China haben, ist das Verhältnis zwischen Zustimmung und Ablehnung nahezu ausgeglichen (49 Prozent Zustimmung, 46 Prozent Ablehnung).

Auch zwischen den Branchen zeigen sich Unterschiede. In der Industrie beträgt die Zustimmung 59 Prozent und liegt damit über dem Gesamtergebnis. Im Handel stehen 51 Prozent Zustimmung 40 Prozent Ablehnung gegenüber. Diese Unterschiede verdeutlichen, dass stärkere Maßnahmen je nach Marktposition und Geschäftsmodell verschieden bewertet werden.

Von Unternehmen, die eine wachsende Konkurrenz durch chinesische Wettbewerber wahrnehmen, stimmen 59 Prozent stärkeren handelspolitischen Maßnahmen zu, auch wenn diese ihr Unternehmen negativ betreffen könnten. Bemerkenswert ist, dass selbst unter den Unternehmen, die keinen direkten Wettbewerbsdruck durch China wahrnehmen, die Befürwortung stärkerer handelspolitischer Maßnahmen bei 46 Prozent liegt.

Preis- und Kostendruck prägt den China-Wettbewerb

Der Blick in die einzelnen Schilderungen der individuellen Wettbewerbssituationen zeigt, dass die Ursache der Wettbewerbsprobleme häufig nicht allein in China gesehen wird, sondern ebenso in europäischen Standortnachteilen wie Bürokratie und Energiekosten.

Vorangestellt werden muss die häufige Einschätzung der Befragten, dass China beim Thema Innovation und Qualität deutlich aufgeholt hat. Der Qualitätsvorsprung deutscher Unternehmen reicht oft nicht aus, um den Kostennachteil auszugleichen. Teils reicht die Qualität chinesischer Hersteller an deutsche Unternehmen heran. In einigen Segmenten wie z.B. der Elektromobilität hat China sogar die Technologieführerschaft erungen. Daneben sind es in den Freitextantworten im Wesentlichen sechs weitere Punkte, die von den Unternehmen genannt werden:

1. Deutsche Unternehmen haben deutlich höhere Energie- oder Arbeitskosten als chinesische Wettbewerber.
2. Deutsche und europäische Betriebe sind mit einer Vielzahl an Regulierungen, Auflagen und Berichtspflichten konfrontiert (z.B. CBAM, PPWR, CSRD, CSDDD, EUDR)¹, die die chinesischen Hersteller nicht oder weniger betreffen bzw. nicht ausreichend kontrolliert werden. Dies gilt auch besonders mit Blick auf Produkt- und Sicherheitsstandards bei Online-Plattformen.
3. Die „China First“ Politik der chinesischen Regierung erschwert deutschen Unternehmen den Zugang zum chinesischen Markt, beispielsweise durch eine Diskriminierung bei staatlichen Aufträgen. Auch jenseits von Staatsaufträgen fühlen sich deutsche Unternehmen zunehmend benachteiligt.
4. Der unterbewertete Renminbi und chinesische Subventionen verschaffen chinesischen Exporteuren unlautere Wettbewerbsvorteile.
5. China kann seine dominierende Stellung bei Rohstoffen einsetzen und eigene Unternehmen beim Zugang zu kritischen Rohstoffen bevorzugen.
6. Deutsche Unternehmen sehen sich vielfach illegaler Produktnachahmung und dem Diebstahl geistigen Eigentums ausgesetzt.

Ein Teil der Rückmeldungen zeigt allerdings auch, dass viele Unternehmen auf günstige Vorprodukte aus China bzw. günstige Produktionsbedingungen in chinesischen Standorten angewiesen sind, um insgesamt wettbewerbsfähig bleiben zu können.

¹ CBAM: Carbon Border Adjustment Mechanism (CO₂-Grenzausgleichsmechanismus); PPWR: Packaging and Packaging Waste Regulation (Verpackungsverordnung); CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive (Nachhaltigkeitsberichterstattung); CSDDD: Corporate Sustainability Due Diligence Directive (Lieferkettenrichtlinie); EUDR: EU Deforestation Regulation (Entwaldungsverordnung).

Tabellen

Spürt Ihr Unternehmen eine wachsende Konkurrenz durch chinesische Wettbewerber?

Angaben in Prozent

Branche	Gesamt	Industrie	Handel	Baugewerbe	Verkehr	Andere Dienstleister
Nein	34	17	27	67	68	70
Ja, gering	12	11	20	13	5	9
Ja, moderat	19	22	25	5	17	9
Ja, stark	22	32	16	10	5	8
Ja, sehr stark	13	18	12	5	5	4
Summe Ja	66	83	73	33	32	30

Chinageschäft	Gesamt	davon Unternehmen, die nach China exportieren	davon Unternehmen die aus China importieren	davon Unternehmen die in China investiert sind (Standort)	davon Unternehmen, die keine Geschäftsbeziehung mit China haben
Nein	34	14	18	12	62
Ja, gering	12	13	13	7	9
Ja, moderat	19	23	24	24	12
Ja, stark	22	33	28	38	10
Ja, sehr stark	13	17	17	19	7
Summe Ja	66	86	82	88	38

Auf welchen Märkten spürt Ihr Unternehmen den Wettbewerbsdruck durch chinesische Anbieter?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich, Angaben der Unternehmen mit wachsender Konkurrenz

Branche	Gesamt	Industrie	Handel	Baugewerbe	Verkehr	Andere Dienstleister
Im Inland	60	54	76	50	60	71
Im EU-Binnenmarkt	57	61	48	55	40	44
Auf Drittmärkten	47	56	24	40	5	29
Auf dem chinesischen Markt	41	51	10	20	30	29

Chinageschäft	Gesamt	davon Unternehmen, die nach China exportieren	davon Unternehmen die aus China importieren	davon Unternehmen die in China investiert sind (Standort)	davon Unternehmen, die keine Geschäftsbeziehung mit China haben
Im Inland	60	49	71	53	78
Im EU-Binnenmarkt	57	59	73	60	48
Auf Drittmärkten	47	61	60	65	18
Auf dem chinesischen Markt	41	67	46	77	4

Wie reagiert Ihr Unternehmen auf den zunehmenden Wettbewerb aus China?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich

Branche	Gesamt	Industrie	Handel	Baugewerbe	Verkehr	Andere Dienstleister
Produktinnovation	60	66	41	60	30	56
Kostensenkung	50	58	32	50	25	36
Verstärkte Suche nach neuen Absatzmärkten	39	45	20	20	25	34
Kooperation mit chinesischen Partnern	31	31	33	10	40	40
Verlagerung von Investitionen	19	23	8	25	20	11
Rückzug aus dem Geschäftsfeld	12	13	11	15	15	13
Keine speziellen Maßnahmen geplant	9	5	19	10	5	13

Chinageschäft	Gesamt	davon Unternehmen, die nach China exportieren	davon Unternehmen die aus China importieren	davon Unternehmen die in China investiert sind (Standort)	davon Unternehmen, die keine Geschäftsbeziehung mit China haben
Produktinnovation	60	67	72	72	43
Kostensenkung	50	56	65	69	36
Verstärkte Suche nach neuen Absatzmärkten	39	46	47	44	30
Kooperation mit chinesischen Partnern	31	35	49	44	8
Verlagerung von Investitionen	19	22	26	38	14
Rückzug aus dem Geschäftsfeld	12	11	13	6	18
Keine speziellen Maßnahmen geplant	9	6	6	3	18

Welche wirtschaftspolitischen Maßnahmen sollte die EU im Hinblick auf China ergreifen?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich

Branche	Gesamt	Industrie	Handel	Baugewerbe	Verkehr	Andere Dienstleister
Außenwirtschaftlich gemeinsam und koordiniert auftreten	67	69	63	57	67	65
Strategische Abhängigkeiten reduzieren (z.B. durch Lieferkettendiversifizierung)	60	62	54	67	60	62
Handelsschutzmaßnahmen stärken (z.B. durch die Erhebung von Zöllen)	31	36	33	27	11	18
Zugang zum EU-Binnenmarkt stärker beschränken („Buy European“)	36	40	34	38	24	28
Chinesische Unternehmen von kritischen Infrastrukturprojekten ausschließen	49	50	41	65	49	50
Keine Markteingriffe, da Sorge vor Gegenmaßnahmen	7	7	9	3	8	7
Gegenseitige Handels- und Investitionshürden abbauen	25	26	25	11	25	28
Deutsch-chinesische Innovationspartnerschaften erleichtern	18	16	19	13	16	26
Sich für einen freien und damit faireren Wechselkurs EURO/Renminbi einsetzen	31	36	26	13	24	27
Keine Einschätzung möglich	6	3	6	13	8	9

Chinageschäft	Gesamt	davon Unternehmen, die nach China exportieren	davon Unternehmen die aus China importieren	davon Unternehmen die in China investiert sind (Standort)	davon Unternehmen, die keine Geschäftsbeziehung mit China haben
Außenwirtschaftlich gemeinsam und koordiniert auftreten	67	73	71	76	58
Strategische Abhängigkeiten reduzieren (z.B. durch Lieferkettendiversifizierung)	60	59	59	59	64
Handelsschutzmaßnahmen stärken (z.B. durch die Erhebung von Zöllen)	31	31	32	30	30
Zugang zum EU-Binnenmarkt stärker beschränken („Buy European“)	36	37	36	37	36
Chinesische Unternehmen von kritischen Infrastrukturprojekten ausschließen	49	49	48	46	54
Keine Markteingriffe, da Sorge vor Gegenmaßnahmen	7	9	11	9	4
Gegenseitige Handels- und Investitionshürden abbauen	25	32	28	38	16
Deutsch-chinesische Innovationspartnerschaften erleichtern	18	22	22	25	13
Sich für einen freien und damit faireren Wechselkurs EURO/Renminbi einsetzen	31	41	36	43	19
Keine Einschätzung möglich	6	2	2	1	12

Bewertung Aussage stärkere Maßnahmen ggü. China

Branche	Gesamt	Industrie	Handel	Baugewerbe	Verkehr	Andere Dienstleister
Stimme zu	25	27	26	35	11	21
Stimme eher zu	30	32	25	24	35	29
Stimme eher nicht zu	21	22	20	11	29	20
Stimme nicht zu	16	15	20	11	14	15
Keine Einschätzung möglich	8	4	9	19	11	15

Chinageschäft	Gesamt	davon Unternehmen, die nach China exportieren	davon Unternehmen die aus China importieren	davon Unternehmen die in China investiert sind (Standort)	davon Unternehmen, die keine Geschäftsbeziehung mit China haben
Stimme zu	25	20	22	24	30
Stimme eher zu	30	34	30	25	28
Stimme eher nicht zu	21	26	24	27	15
Stimme nicht zu	16	17	19	19	12
Keine Einschätzung möglich	8	3	5	5	15

Fragebogen

1. Spürt Ihr Unternehmen eine wachsende Konkurrenz durch chinesische Wettbewerber?

- Nein
- Ja, gering
- Ja, moderat
- Ja, stark
- Ja, sehr stark

1.a. Auf welchen Märkten spürt Ihr Unternehmen den Wettbewerbsdruck durch chinesische Anbieter? (nur wenn bei 1 „Ja“; Mehrfachauswahl möglich)

- Im Inland
- Im EU-Binnenmarkt
- Auf dem chinesischen Markt
- Auf Drittmärkten

1.b. Wie reagiert Ihr Unternehmen auf den zunehmenden Wettbewerb aus China? (nur wenn bei 1 „Ja“; Mehrfachantworten möglich)

- Kooperation mit chinesischen Partnern
- Verstärkte Suche nach neuen Absatzmärkten
- Kostensenkung
- Produktinnovation
- Verlagerung von Investitionen
- Rückzug aus dem Geschäftsfeld
- Keine speziellen Maßnahmen geplant

2. Welche wirtschaftspolitischen Maßnahmen sollte die EU im Hinblick auf China ergreifen? (Mehrfachauswahl möglich)

- Außenwirtschaftlich gemeinsam und koordiniert auftreten
- Strategische Abhängigkeiten reduzieren (z.B. durch Lieferkettendiversifizierung)
- Handelsschutzmaßnahmen stärken (z.B. durch die Erhebung von Zöllen)
- Zugang zum EU-Binnenmarkt stärker beschränken („Buy European“)
- Chinesische Unternehmen von kritischen Infrastrukturprojekten ausschließen
- Keine Markteingriffe, da Sorge vor Gegenmaßnahmen
- Gegenseitige Handels- und Investitionshürden abbauen
- Deutsch-chinesische Innovationspartnerschaften erleichtern
- Sich für einen freien und damit faireren Wechselkurs EUR/Renminbi einsetzen
- Keine Einschätzung möglich
- Sonstiges (Freitext)

3. Wie beurteilen Sie folgende Aussage:

„Die EU sollte gegenüber China stärkere handelspolitische Maßnahmen einführen, um Wettbewerbsverzerrungen zu begegnen, auch wenn mein Unternehmen von negativen Konsequenzen betroffen wäre (z.B. Bürokratiekosten, höhere Preise, Zölle, Gegenmaßnahmen, Lieferengpässe)?“

- Stimme zu
- Stimme eher zu
- Stimme eher nicht zu
- Stimme nicht zu
- Keine Einschätzung möglich

4. Freitext: Möchten Sie die Wettbewerbs-/ Konkurrenzsituation Ihres Unternehmens gegenüber chinesischen Anbietern näher erläutern?

Methodik

Grundlage für die Ergebnisse ist eine Befragung der DIHK und der IHKs bei ihren Ausschussmitgliedern.

Im Zeitraum vom 20.7. bis 10.08.2026 haben sich 1.325 Unternehmen beteiligt.

Nach Wirtschaftszweigen verteilen sich die Antworten auf die Industrie (55 Prozent), die Baugewerbe (fünf Prozent), den Handel (17 Prozent), Verkehr und Logistik (fünf Prozent), sonstige Dienstleister (18 Prozent) und Gastgewerbe (weniger als ein Prozent).

Impressum

Deutsche Industrie- und Handelskammer

Breite Straße 29
D-10178 Berlin
Telefon +49 30 20308 0
E-Mail info@dihk.de

DIHK Online

[Homepage](#) | [Facebook](#) | [X \(Twitter\)](#) | [LinkedIn](#) | [Instagram](#) | [Youtube](#)

Redaktion: Lola Machleid, Klemens Kober, Andrea Hideg, Thomas König, Jupp Zenzen

Grafik: Sebastian Titze, DIHK

Stand: September 2026