

Außenwirtschaft

# Der deutsche und bayerische Exportsektor im Wettbewerb mit China

vbw

Studie

Stand: Juli 2025

Eine vbw Studie, erstellt von Prognos AG

Die bayerische Wirtschaft



Hinweis

Zitate aus dieser Publikation sind unter Angabe der Quelle zulässig.

## Vorwort

### China ist ein starker Konkurrent, Deutschland und Bayern müssen ihre Potenziale nutzen

Chinas Exportwirtschaft hat in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten ihre Weltmarktanteile massiv gesteigert und ist seit vielen Jahren Exportweltmeister. Für Bayern und Deutschland als ebenfalls stark exportorientierte Volkswirtschaften spielt die Wettbewerbssituation zu China daher eine entscheidende Rolle.

In den kommenden Jahren wird der Konkurrenzdruck weiter zunehmen. China ist zunehmend bestrebt, seine Industrieprodukte in großen Mengen zu exportieren. Verstärkt wird dies durch den Handelskonflikt mit den USA. Hohe US-amerikanische Zölle auf Importe aus China führen dazu, dass die chinesischen Exporteure immer mehr versuchen, ihre Waren auf Drittmärkten abzusetzen.

Die vorliegende Studie untersucht die Wettbewerbssituation des deutschen und bayerischen Exportsektors mit China in insgesamt zwölf Absatzregionen. Dabei werden die größten Industriebranchen betrachtet mit einem Fokus auf für Bayern besonders wichtige Zukunftsfelder.

Es zeigt sich, dass China ein sehr starker, aber kein übermächtiger Wettbewerber ist. Die bayerische Industrie hat nach wie vor Potenzial und eine gute Ausgangsposition – in bestimmten Regionen ebenso wie in bestimmten Produktbereichen. Um diese Exportpotenziale zu nutzen und auszubauen, muss die Wettbewerbsfähigkeit unserer Industrie gestärkt werden. Gleichzeitig gilt es, Freihandelsabkommen mit möglichst vielen Staaten und Ländergruppen zu schließen, um Marktzugänge zu erleichtern. Und schließlich müssen von der chinesischen Regierung faire Wettbewerbsbedingungen eingefordert werden.

Bertram Brossardt  
15. Juli 2025



# Inhalt

<b>1</b>	<b>Hintergrund</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Überblick zur globalen Wettbewerbssituation auf Ebene von Warengruppen</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen</b>	<b>7</b>
3.1	Europäische Union (ohne Deutschland)	9
3.2	Übriges Europa	13
3.3	Nordamerika	17
3.4	Südamerika und Mittelamerika	21
3.5	Ostasien	25
3.6	Südostasien	29
3.7	Südasien	33
3.8	Vorderasien und Naher Osten	37
3.9	Russland und Zentralasien	41
3.10	Nordafrika	45
3.11	Subsahara-Afrika	49
3.12	Australien und Ozeanien	53
<b>4</b>	<b>Zusammenfassung der übergreifenden Entwicklungen</b>	<b>57</b>
4.1	Überblick zu den Entwicklungen in den zwölf Regionen	57
4.2	Abschätzung der künftigen Entwicklung in den einzelnen Regionen	60
<b>5</b>	<b>Fazit</b>	<b>62</b>
	Ansprechpartner/Impressum	64

# 1 Hintergrund

## China hat seine Weltexportanteile gesteigert und den Abstand zum deutschen Exportsektor vergrößert

Sowohl Deutschland als auch China haben einen großen und erfolgreichen Exportsektor. China steht gemessen am absoluten Wert seiner Ausfuhr seit vielen Jahren weltweit auf Rang eins, Deutschland befindet sich hinter den USA auf Rang drei. Obwohl Deutschland seine Weltexportanteile in den vergangenen Jahren annähernd stabil halten konnte, hat sich der Abstand zum Spitzenreiter China in der jüngeren Vergangenheit vergrößert. Mittlerweile hat China einen Weltexportanteil in Höhe von 16 Prozent und damit einen doppelt so hohen Wert wie Deutschland.

Die Entwicklung des Konkurrenzverhältnisses von deutschen und chinesischen Exportunternehmen auf dem Weltmarkt unterscheidet sich dabei zum Teil sehr deutlich in den einzelnen Absatzmärkten und in den verschiedenen Produktkategorien. So zeigt die Studie [Neue Absatzmärkte für die bayerische Wirtschaft](#), die von Prognos für die vbw erstellt wurde, dass Deutschland in vielen seinen traditionellen Absatzmärkten in Europa und Nordamerika nach wie vor über eine starke Marktposition verfügt. Gleichzeitig konnte China seine Marktstellung in zahlreichen Entwicklungs- und Schwellenländern stark ausbauen.

Die vorliegende Studie untersucht vor diesem Hintergrund systematisch die Entwicklung des Wettbewerbs zwischen dem deutschen und chinesischen Exportsektor und macht sichtbar

- in welchen Warengruppen China und Deutschland besonders stark konkurrieren,
- auf welchen Märkten die Wettbewerbsintensität besonders hoch ist,
- inwiefern Deutschland an Marktanteilen verloren oder gewonnen hat und
- inwiefern sich ggf. Entwicklungstendenzen für die nächsten Jahre absehen lassen.

Die Konkurrenz dürfte sich in den kommenden Jahren intensivieren. Ein Treiber dieser Entwicklung wird die zunehmende Abschottung der weltweit größten Volkswirtschaft USA sein, deren Importnachfrage in den kommenden Jahren voraussichtlich zurückgehen wird. Auch wenn die künftige Entwicklung der US-amerikanischen Importzölle in den kommenden Jahren mit einer anhaltend großen Unsicherheit verbunden sein wird, dürften insbesondere chinesische Importwaren mit hohen US-amerikanischen Einfuhrzöllen belegt werden. Dementsprechend werden die Anstrengungen des chinesischen Exportsektors zunehmen, ihre Produkte verstärkt in anderen Auslandsmärkten zu verkaufen – was den dortigen Wettbewerbsdruck nochmals verschärft.

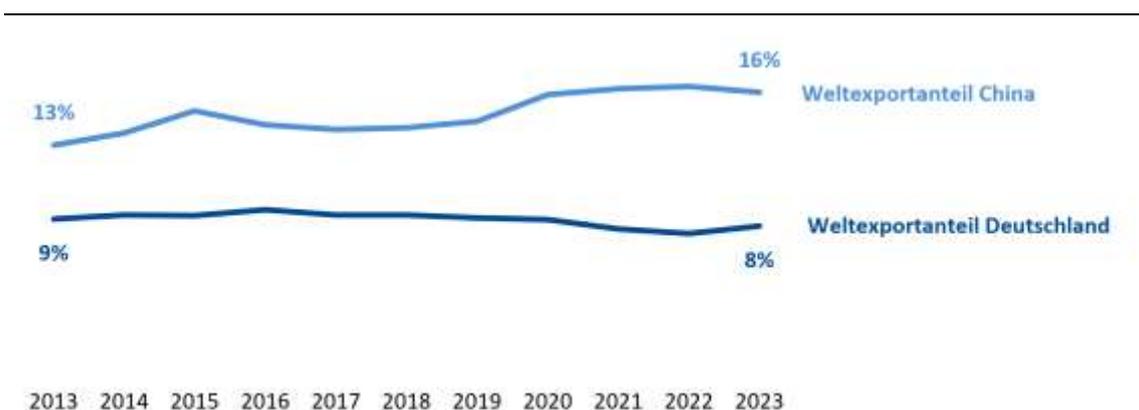
## 2 Überblick zur globalen Wettbewerbssituation auf Ebene von Warengruppen

Bei einigen Warengruppen konkurriert Deutschland auf Augenhöhe mit China, bei anderen Warengruppen ist die chinesische Konkurrenz enteilt

Deutschland konnte seinen Weltexportanteil insgesamt in den vergangenen zehn Jahren stabil bei rund acht Prozent halten und sich damit als eine der großen exportorientierten Volkswirtschaften behaupten. Gleichzeitig steigerte China jedoch seine Ausfuhr deutlich und beliefert den Weltmarkt mittlerweile mit doppelt so vielen Waren wie Deutschland (Abbildung 1).

Abbildung 1

Weltexportanteile Deutschlands und Chinas, 2013 bis 2023, in Prozent



Quelle: Prognos Welthandelsmodell, UN Comtrade 2025

Die Entwicklung des Wettbewerbs zwischen dem deutschen und dem chinesischen Exportsektor lässt sich auch auf der Ebene von einzelnen Warengruppen nachzeichnen. Bei der Analyse nehmen wir insgesamt sechs Warengruppen in den engeren Blick. Dazu gehören zum einen die Waren aus dem Kraftwagenbau und dem Maschinenbau – über zwei Fünftel der bayerischen Ausfuhr entfallen auf diese beiden Bereiche. Auch die beiden Bereiche Elektrische Ausrüstungen sowie Datenverarbeitungs-(DV-)Geräte, Elektronik, Optik spielen mit einem Anteil von je neun Prozent eine wichtige Rolle. Zudem nehmen wir die Ausfuhr in den Warengruppen Metallerzeugnisse und Sonstiger Fahrzeugbau in den Blick. Im letztgenannten Bereich hat der Standort Bayern spezifische Stärken im Bereich Luft- und Raumfahrzeugbau.

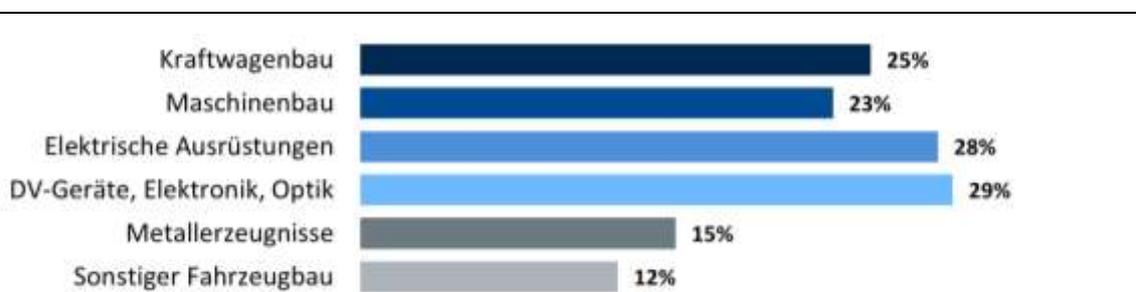
In der Summe spielen diese sechs Branchen sowohl für den deutschen als auch für den bayerischen Exportsektor eine herausgehobene Rolle. Im Jahr 2024 entfielen etwas mehr

als die Hälfte der gesamten deutschen Ausfuhr und sogar zwei Drittel der gesamten bayerischen Ausfuhr darauf.

Die große Bedeutung der sechs Warengruppen lässt sich auch anhand der jeweiligen bayerischen Anteile an der gesamten deutschen Ausfuhr veranschaulichen. So lag insgesamt der Anteil Bayerns an der Ausfuhr aller 16 Bundesländer im Jahr 2024 bei rund 19 Prozent. In einigen der untersuchten Branchen liegt der Anteilswert nochmals deutlich höher. Besonders hoch ist der bayerische Anteil bei den Elektrischen Ausrüstungen mit 28 Prozent und bei DV-Geräten, Elektronik, Optik mit 29 Prozent (Abbildung 2).

Abbildung 2

Anteil Bayerns an der gesamten Ausfuhr aller 16 Bundesländer, 2024, in Prozent

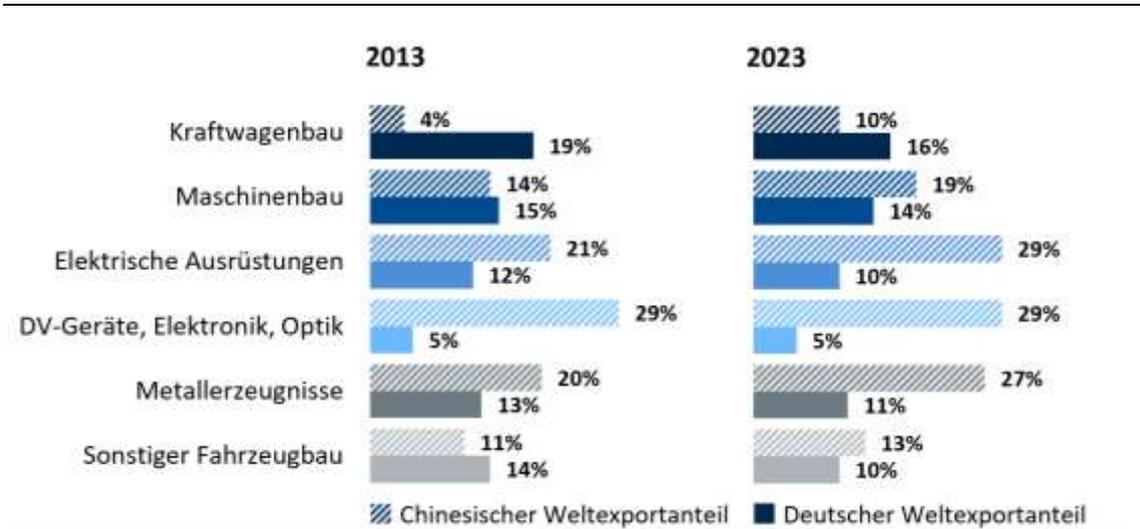


Quelle: Destatis, 2025

Bei der Entwicklung der Weltexportanteile auf Ebene der einzelnen Warengruppen zeigt sich, dass die chinesischen Anteilswerte (mit Ausnahme des Bereichs DV-Geräte, Elektronik, Optik) gewachsen sind, die deutschen Anteilswerte sich hingegen leicht rückläufig entwickelt haben. In der Folge hat sich das Kräfteverhältnis auf dem Weltmarkt verändert. So lag der deutsche Weltexportanteil im Jahr 2013 in drei der insgesamt sechs hier betrachteten Warengruppen höher als der chinesische Wert: Im Kraftwagenbau, dem Maschinenbau und dem Sonstigen Fahrzeugbau. In den Warengruppen Elektrische Ausrüstungen, DV-Geräte, Elektronik, Optik sowie den Metallerzeugnissen exportierte China bereits 2013 mehr Waren als Deutschland (Abbildung 3, linke Seite). Dieses Bild hat sich innerhalb von zehn Jahren spürbar gewandelt. China exportiert mittlerweile auch mehr Maschinen und sonstige Fahrzeuge als Deutschland. Lediglich im Kraftwagenbau liegt Deutschland nach wie vor deutlich vor China.

Abbildung 3

Weltexportanteile Deutschlands und Chinas in ausgewählten Warengruppen, 2013 (links) und 2023 (rechts), in Prozent

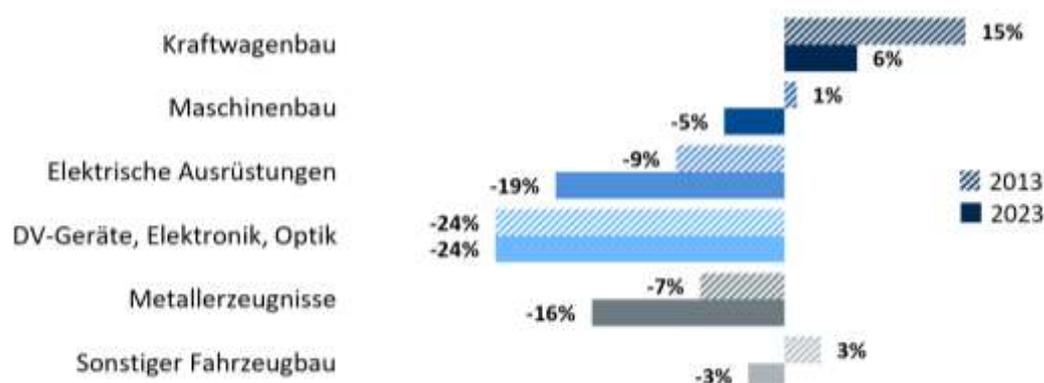


Quelle: Prognos Welthandelsmodell, UN Comtrade 2025

Dabei hat sich der Abstand zwischen den jeweiligen Weltexportanteilen in sämtlichen betrachteten Warengruppen zu Gunsten von China verändert. Beim Kraftwagenbau hat sich der Vorsprung Deutschlands vor China von 15 Prozentpunkten im Jahr 2013 auf sechs Prozentpunkte im Jahr 2023 verringert (Abbildung 4). In vielen Warengruppen ist der Vorsprung Chinas gewachsen, besonders deutlich bei den Elektrischen Ausrüstungen und bei den Metallerzeugnissen: In diesen beiden Warengruppen erhöhte sich der Abstand zwischen dem chinesischen und dem deutschen Weltexportanteil innerhalb von zehn Jahren um jeweils rund neun Prozentpunkte.

Abbildung 4

Abstand zwischen deutschen und chinesischen Weltexportanteilen bei ausgewählten Warengruppen, in Prozentpunkten, 2013 und 2023



Quelle: Prognos Welthandelsmodell, UN Comtrade 2025

Ein besonderes Augenmerk legen wir bei der folgenden Analyse auf die Wettbewerbssituation in Teilbereichen, die für die Zukunft des deutschen und bayerischen Exportsektors besonders vielversprechend sind. So ist etwa der deutsche Weltexportanteil in der Branche DV-Geräte, Elektronik, Optik nicht hoch. In der Medizintechnik – einem Teilbereich dieser Branche – gehören die heimischen Unternehmen jedoch zu den führenden Anbietern auf dem Weltmarkt. Insgesamt betrachten wir in der Analyse zudem die folgenden bayerischen „Potenzialfelder“, in denen der bayerische Exportsektor spezifische Stärken aufweist und wir ein besonders dynamisches Wachstum erwarten (Abbildung 5):

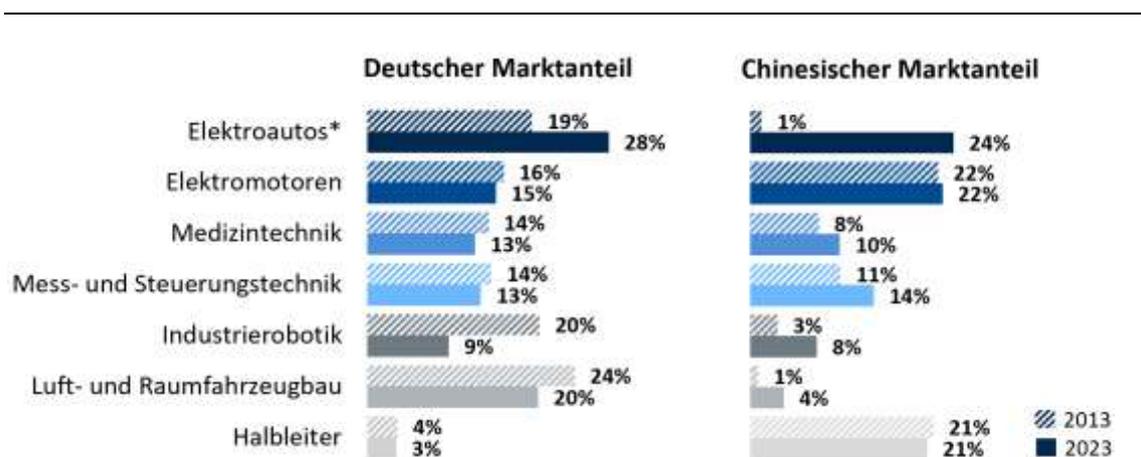
- Im Potenzialfeld **Elektroautos** konnten sowohl Deutschland als auch China stark an Weltexportanteilen gewinnen. China weist hier jedoch eine deutlich größere Wachstumsdynamik auf. Im Jahr 2017 – dem ersten Jahr, für das Ausfuhrdaten für Elektroautos vorliegen – waren die USA noch mit Abstand Nummer eins.
- Bei **Elektromotoren (inkl. Elektromotoren für Kfz)**, einem besonders dynamisch wachsenden Segment im Bereich Elektrische Ausrüstungen, weisen sowohl China als auch Deutschland stabil hohe Weltexportanteile auf.
- Das Potenzialfeld **Medizintechnik** ist eine in Bayern traditionell besonders stark verankerte Querschnittsbranche mit hohem Wachstumspotenzial. Abgesehen von den USA exportiert kein anderes Land mehr Medizintechnik. China hat in den vergangenen Jahren jedoch spürbar aufgeholt.
- Auch bei der **Mess- und Steuerungstechnik** ist der deutsche Exportsektor stark auf dem Weltmarkt vertreten, China hat Deutschland aber mittlerweile eingeholt.

Überblick zur globalen Wettbewerbssituation auf Ebene von Warengruppen

- Das Potenzialfeld **Industrierobotik** ist ein besonders dynamischer Teilbereich aus dem Maschinenbau. Deutschland hat hier deutlich an Marktanteilen verloren, China hingegen gewonnen. Die weltweite Nummer eins in diesem Marktsegment ist Japan.
- Der **Luft- und Raumfahrzeugbau** ist ein besonders innovatives Segment im Sonstigen Fahrzeugbau. Deutschland hat hier einen stabil hohen Weltexportanteil und ist zusammen mit Frankreich führend auf dem Gebiet.
- Der Bereich **Halbleiter** spielt vor dem Hintergrund der massiv gestiegenen Bedeutung von Digitalisierungstechnologien eine herausgehobene Rolle und steht auch im Hinblick auf die Diskussion um technologische Souveränität im Fokus.

Abbildung 5

Weltexportanteile Deutschlands und Chinas in ausgewählten Potenzialfeldern, 2013 und 2023, in Prozent



Quelle: Prognos Welthandelsmodell, UN Comtrade 2025;  
 \*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

### 3 Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

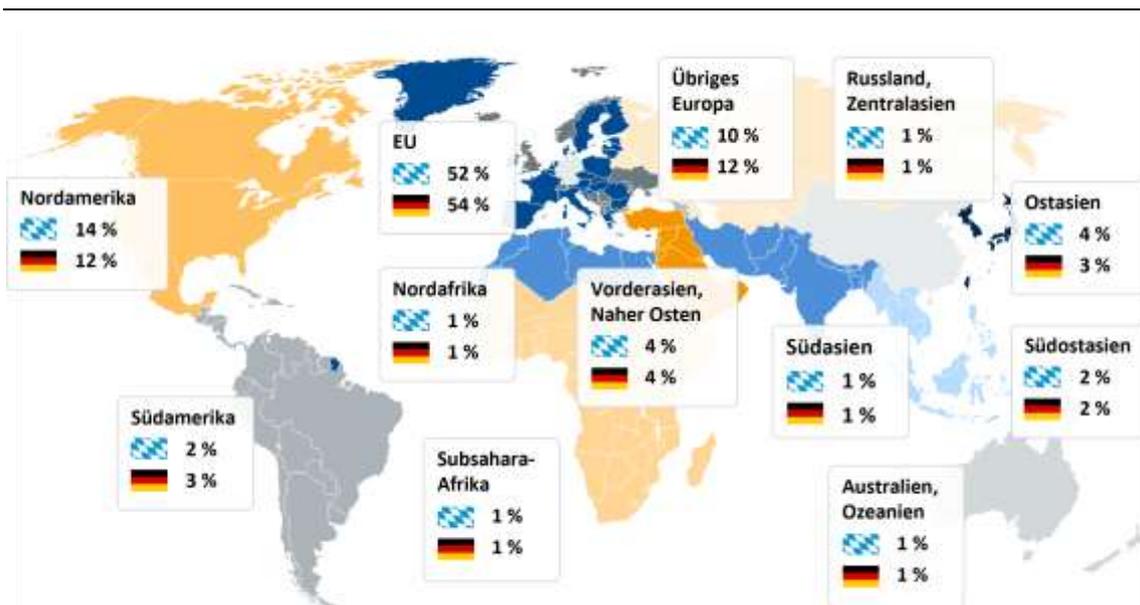
In einigen Regionen hat Deutschland nach wie vor eine starke Marktposition, in anderen Regionen sind chinesische Anbieter deutlich dominanter

Insgesamt haben die chinesischen Wettbewerber auf dem Weltmarkt in den letzten Jahren gegenüber dem deutschen Exportsektor an Boden gutgemacht. Es gibt jedoch zwischen den einzelnen Absatzmarktregionen große Unterschiede: In einigen Regionen sind die deutschen Anbieter nach wie vor führend. Auf anderen Absatzmärkten dominieren hingegen chinesische Unternehmen die Konkurrenz. Im folgenden Abschnitt wird die Wettbewerberanalyse auf Ebene von insgesamt zwölf geografischen Regionen durchgeführt.

Die Bedeutung der einzelnen Regionen als Absatzmarkt für den bayerischen Exportsektor unterscheidet sich deutlich. Den mit Abstand größten Absatzmarkt bilden die übrigen EU-Staaten: Im Jahr 2024 gingen rund 52 Prozent der bayerischen Warenexporte in diese Ländergruppe. Dahinter folgen Nordamerika mit 14 Prozent und das übrige Europa mit zehn Prozent (Abbildung 6). Deutschland ist etwas stärker auf die europäischen Absatzmärkte ausgerichtet, Bayern exportiert im Vergleich dazu mehr nach Nordamerika und Ostasien.

Abbildung 6

Die einzelnen untersuchten Absatzmarktregionen und ihr jeweiliger Anteil an der bayerischen und deutschen Ausfuhr, 2024, in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung Prognos 2025

### Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

In jeder der zwölf Regionen veranschaulichen wir die Wettbewerbsposition Chinas und deren Entwicklung im Vergleich zur jeweiligen Entwicklung der deutschen Marktpräsenz. Zum einen arbeiten wir die Wettbewerbssituation auf den jeweiligen geografischen Importmärkten insgesamt heraus. Zum anderen nehmen wir die Perspektive der wichtigsten bayerischen Exportbranchen sowie von ausgewählten bayerischen Potenzialfeldern ein.

Abschließend wird jeweils die künftige Entwicklung des Wettbewerbs in den einzelnen Regionen abgeschätzt. Diese Trendabschätzung erfolgt auf Grundlage verschiedener Kriterien. So erlaubt ein Blick auf ex-post-Trends einen gewissen Ausblick auf künftige Entwicklungen. Vor diesem Hintergrund berücksichtigen wir z. B., inwiefern China in den einzelnen Absatzregionen und den betrachteten Branchen in den vergangenen Jahren an Marktanteilen gewonnen hat bzw. Deutschland verloren hat – oder umgekehrt. Darüber hinaus haben die regionalen Rahmenbedingungen großen Einfluss. So spielt eine wichtige Rolle, inwiefern in den einzelnen Regionen Freihandelsabkommen vorhanden sind. Falls EU-Freihandelsabkommen deutschen Exporteuren einen guten Zugang zu Märkten gewähren, die wiederum mit China kein Abkommen abgeschlossen haben, ist dies ein Wettbewerbsvorteil gegenüber China – im umgekehrten Fall hingegen ein Nachteil. Eine aktuell starke Marktpräsenz – also ein hoher Anteil auf einem Importmarkt – stellt ebenfalls einen Wettbewerbsvorteil dar. Zudem spielt auch die geografische Entfernung eine Rolle: In der Regel sind die ökonomischen Austauschbeziehungen mit geografisch naheliegenden Auslandsmärkten intensiver. Ein weiteres Kriterium, das die künftige Wettbewerbssituation ein Stück weit mitbestimmt, ist die geopolitische Ausrichtung von Regionen. So dürften Regionen, die sich geopolitisch oder geoökonomisch eng an China gebunden haben, für deutsche Unternehmen schwieriger zu erschließen sein. In geopolitisch klar westlich verankerten Regionen oder in Regionen, die sich künftig unabhängiger vom Beschaffungsmarkt China aufstellen wollen, sollten die deutschen Marktchancen hingegen – unter sonst gleichen Bedingungen – besser sein. Die einzelnen Faktoren stehen dabei in einem Wechselverhältnis zueinander und können sich gegenseitig verstärken oder konterkarieren.

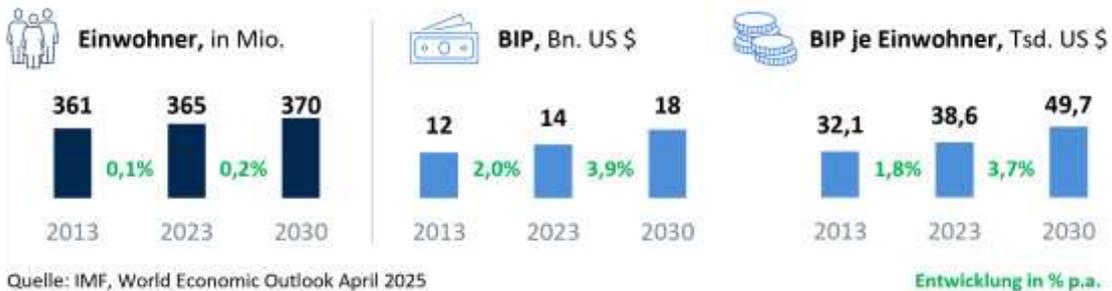


### 3.1 Europäische Union (ohne Deutschland)

Die Länder der Europäischen Union bilden einen der größten und attraktivsten Absatzmärkte der Welt. Dafür sorgt die hohe Bevölkerungszahl von rund 365 Millionen Personen (ohne die Berücksichtigung der deutschen Einwohner) und das im weltweiten Vergleich sehr hohe Pro-Kopf-Einkommen von rund 38.600 US-Dollar im Jahr 2023.

Die übrigen EU-Länder bilden den „erweiterten Heimatmarkt“ der deutschen und bayerischen Exporteure. Der EU-Binnenmarkt garantiert verlässliche rechtliche Rahmenbedingungen

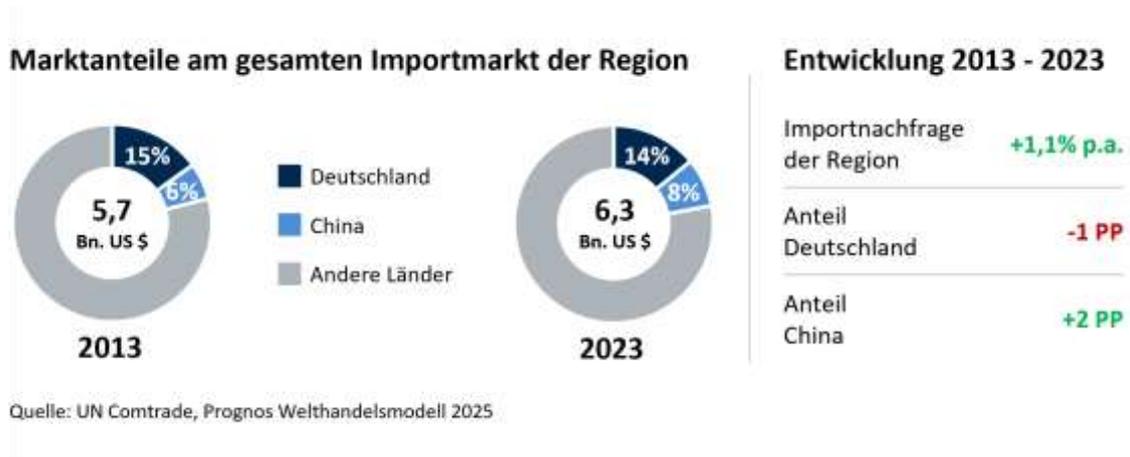
und einen freien Warenverkehr zwischen den insgesamt 27 EU-Mitgliedstaaten. Dementsprechend wichtig ist diese Absatzregion für die heimischen Unternehmen: Über die Hälfte der bayerischen und deutschen Warenexporte gehen in andere EU-Länder. Vor dem Hintergrund der gestiegenen Volatilität der globalen Handelsbeziehungen hat der EU-Markt in den vergangenen Jahren sogar an Bedeutung gewonnen. Im Vergleich mit den übrigen Regionen gehört der EU-Markt zu den größten – und damit attraktivsten – Absatzmärkten weltweit.



### Überblick zum Wettbewerb mit China

Auch für China hat die Bedeutung der EU als Absatzmarkt zugenommen: Mittlerweile gehen rund 13 Prozent der chinesischen Warenexporte in die EU (ohne Deutschland). In der Folge hat der Anteil Chinas am gesamten Importmarkt der EU-Länder in den vergangenen zehn Jahren spürbar um rund zwei Prozentpunkte auf acht Prozent im Jahr 2023 zugenommen. Gleichwohl hat der deutsche Exportsektor – trotz leicht rückläufiger Tendenz – hier mit 18 Prozent nach wie vor einen deutlich höheren Marktanteil.

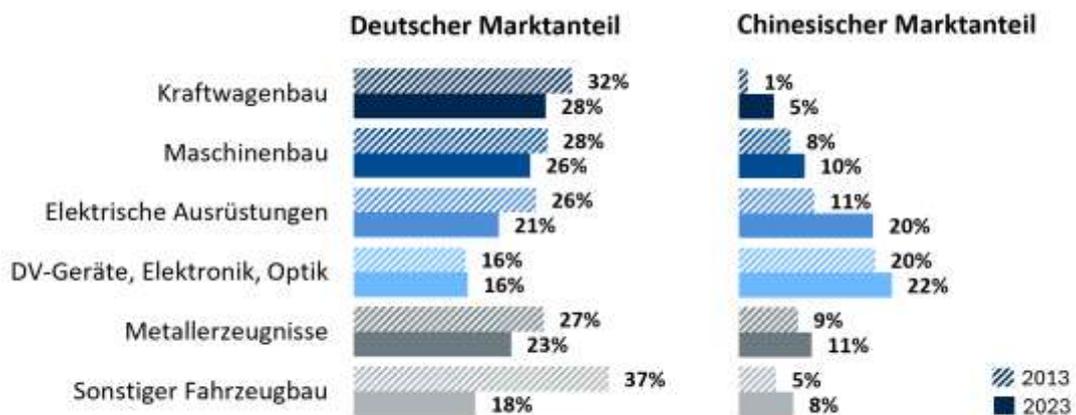
Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen



**Die Schlüsselbranchen im Fokus**

Auf Ebene der wichtigsten bayerischen Exportbranchen unterscheiden sich die Marktanteile Deutschlands und Chinas deutlich. Deutschland hat im Kraftwagenbau (28%) und im Maschinenbau (26%) die höchsten Anteile am gesamten EU-Importmarkt – wenngleich mit leicht rückläufiger Tendenz. Im Kraftwagenbau ist der chinesische Marktanteil nach wie vor niedrig, entwickelt sich aber mit sehr hoher Dynamik: Zwischen 2013 und 2023 hat er sich verfünffacht. Im Maschinenbau kommt China auf einen Marktanteil von zehn Prozent und konnte in den vergangenen Jahren leicht hinzugewinnen. Bei den Metallerzeugnissen zeigt sich ein ähnliches Bild: Ein sehr hoher, wenngleich rückläufiger deutscher Marktanteil und ein eher niedriger, leicht ansteigender chinesischer Anteilswert.

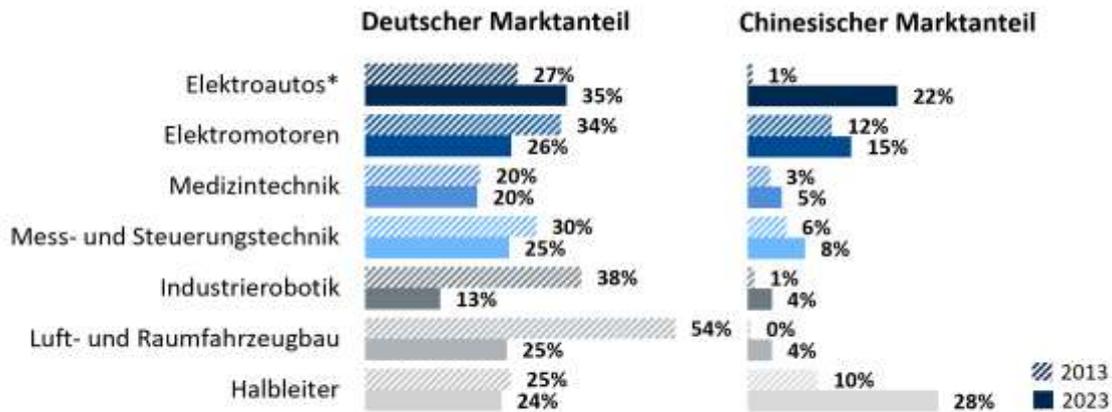
In zwei anderen Warengruppen – Elektrische Ausrüstungen sowie DV-Geräte, Elektronik, Optik – haben sich die chinesischen Exporteure mittlerweile eine sehr starke Marktposition mit Anteilswerten von mehr als 20 Prozent erarbeitet. Doch auch Deutschland ist mit Anteilen von 21 Prozent bzw. 16 Prozent in einer starken Marktposition. Die starke Volatilität des deutschen Werts beim Sonstigen Fahrzeugbau ist auf Sondereffekte im Zusammenhang mit den grenzüberschreitenden Produktionsnetzwerken beim Flugzeugbauer Airbus zurückzuführen.



### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Auf dem Markt der Europäischen Union lässt sich eine klare Dominanz deutscher Hersteller in den ausgewählten Potenzialfeldern feststellen. Etwa jedes vierte Produkt stammt in den Bereichen Elektromotoren, Mess- und Steuerungstechnik, Luft- und Raumfahrzeugbau sowie Halbleiter im Jahr 2023 aus Deutschland. Allerdings hat diese Dominanz – mit Ausnahme für Elektroautos, Medizintechnik und Halbleiter – seit 2013 deutlich abgenommen. Besonders stark sind die Verluste deutscher Marktanteile beim Luft- und Raumfahrzeugbau (minus 29 Prozentpunkte) und in der Industrierobotik (minus 25 Prozentpunkte). Dies liegt jedoch nicht an der chinesischen Konkurrenz. Bei der Industrierobotik haben EU-Wettbewerber wie Luxemburg, Schweden und Dänemark deutlich an Marktanteilen gewonnen. In dem Bereich der Luft- und Raumfahrt konnten insbesondere Frankreich und das Vereinigte Königreich ihre Anteile steigern.

Chinas Marktanteile haben sich – ähnlich wie in den Schlüsselbranchen – auch bei den Potenzialfeldern äußerst dynamisch entwickelt. Am stärksten ist die Zunahme im Bereich der Elektroautos. Während chinesische Unternehmen im Jahr 2017 ein Prozent des Marktes für sich beanspruchen konnten, waren es 2023 22 Prozent. Auch die deutsche Konkurrenz hat in diesem Bereich ihre Marktanteile auf 35 Prozent gesteigert. Einen weiteren deutlichen Zugewinn an Marktanteilen verzeichnen chinesische Produzenten in Bereich der Halbleiter. Hier konnten die chinesischen Hersteller ihre Anteile fast verdreifachen (28%) und damit die deutsche Konkurrenz (24%) überholen.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

**Chancen und Herausforderungen auf einen Blick**

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moderates Wachstum der Wirtschaft und der Importnachfrage in den kommenden Jahren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deutschland hat nach wie vor deutlich höhere Marktanteile als China</li> <li>- China hat Boden gut gemacht und liegt in einigen Branchen vorn</li> <li>- Hohe Aufholdynamik im Bereich Kraftwagenbau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deutschland genießt auf seinem „erweiterten Heimatmarkt“ sehr guten Zugang</li> <li>- Das ist ein – auch künftig bleibender – Wettbewerbsvorteil gegenüber China</li> <li>- Weiterentwicklung des Binnenmarkts würde diesen Vorteil vergrößern</li> </ul>

**Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation**

Die Europäische Union ist insbesondere für Deutschland, aber auch für den chinesischen Exportmarkt ein besonders großer und attraktiver Markt – und wird das trotz der moderaten Wachstumsaussichten in Europa in den kommenden Jahren auch bleiben. Deutschland hat bisher seine starke Marktposition auf der Ebene von sehr vielen Branchen verteidigen können. Das ist auch darauf zurückzuführen, dass die deutschen Anbieter Dank des EU-Binnenmarkts den gleichen Marktzugang genießen wie einheimische Anbieter. Dieser Vorteil wird auch in den kommenden Jahren Bestand haben. Ein weiterer Vorteil Deutschlands liegt in der geografischen Nähe der Absatzmärkte. Gleichwohl dürfte der Wettbewerb aus China für den heimischen Exportsektor auch künftig zunehmen. In einigen Bereichen, insbesondere in den Elektrobranchen, hat China mittlerweile bereits eine sehr starke Marktposition. Und die – auf niedrigem Niveau begonnene, aber sehr schnelle – Aufholjagd im Bereich Kraftwagenbau zeigt, wie schnell sich die chinesische Konkurrenz für wichtige bayerische und deutschen Exportbranchen auch auf dem „erweiterten Heimatmarkt“ entwickeln kann.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz			
 Entwicklungstrend			
 Marktzugang			

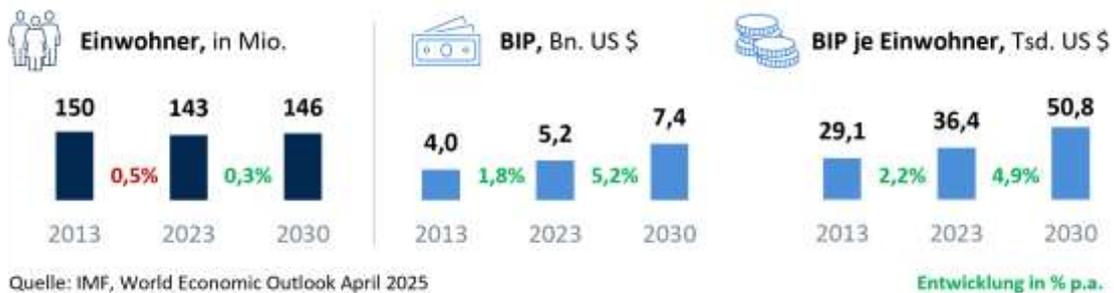
China dürfte weiterhin leicht an Marktanteilen hinzugewinnen. Deutschland ist aber in der EU in einer guten Ausgangsposition, um seine starke Marktpräsenz zu verteidigen.



### 3.2 Übriges Europa

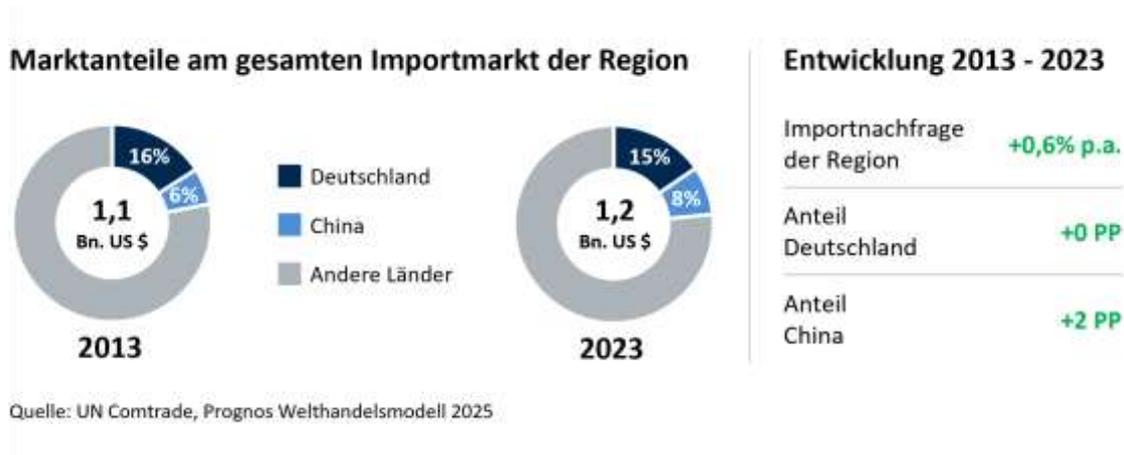
In der Region „Übriges Europa“ sind die europäischen Länder zusammengefasst, die nicht Teil der Europäischen Union, aber institutionell und außenwirtschaftlich sehr eng mit der Staatengemeinschaft verflochten sind. Auch diese Ländergruppe ist mit rund 143 Millionen Einwohner und einem hohen Wohlstandsniveau – das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen liegt mit rund 36.400 US-Dollar in etwa auf dem EU-Niveau – ein attraktiver Auslandsmarkt.

Auch zu diesen Ländern haben die deutschen und bayerischen Exporteure einen überdurchschnittlich guten Zugang, da die Märkte institutionell sehr eng mit dem EU-Binnenmarkt verflochten sind und Deutschland von seiner zentralen Lage in Europa – und damit kurzen geografischen Distanzen – profitiert. In der Summe gingen im Jahr 2023 rund elf Prozent der deutschen Warenexporte in diese Region. Auch künftig dürfte der Absatzmarkt „Übriges Europa“ attraktiv bleiben. So dürfte sowohl das Wirtschaftswachstum in den dazu gehörenden Ländern in den kommenden Jahren bis 2030 im Vergleich zum EU-Durchschnitt spürbar dynamischer wachsen.



### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Die deutschen und chinesischen Exportmarktanteile im übrigen Europa sind sehr ähnlich zu denen innerhalb der EU: Deutschland hat in den vergangenen zehn Jahren leicht an Marktanteilen verloren, China hat seine Präsenz hingegen etwas steigern können. Gleichwohl liegt Deutschland mit rund 15 Prozent nach wie vor deutlich vor China mit acht Prozent.



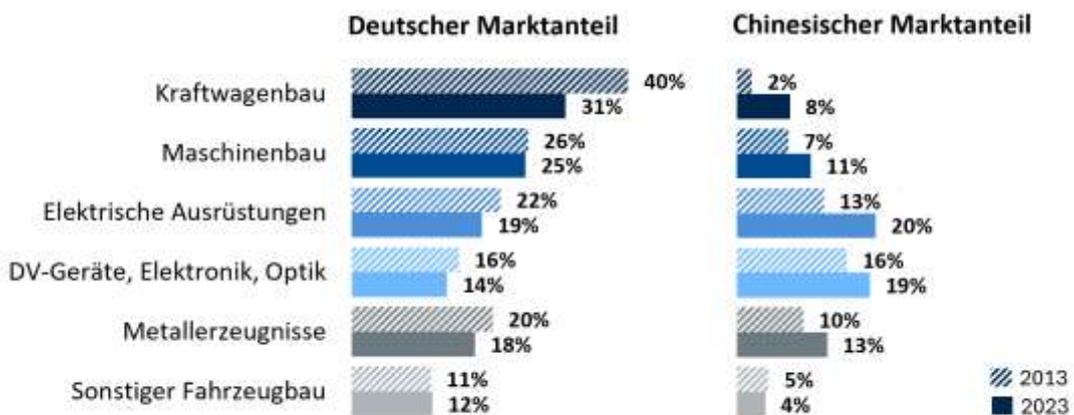
### Entwicklung 2013 - 2023

Importnachfrage der Region	+0,6% p.a.
Anteil Deutschland	+0 PP
Anteil China	+2 PP

### Die Schlüsselbranchen im Fokus

Ein Blick auf die bayerischen Schlüsselbranchen in der Region des „übrigen Europas“ zeigt eine Dominanz deutscher Hersteller, welche jedoch leicht rückgängig ist. So zeigt sich im Zeitraum von 2013 bis 2023 – mit Ausnahme des Sonstigen Fahrzeugbaus – eine Abnahme deutscher Marktanteile bei zeitgleicher Zunahme chinesischer Marktanteile. Besonders dominierend sind deutsche Hersteller in den Branchen Kraftwagenbau (31%) und Maschinenbau (26%). Aber auch chinesische Hersteller konnten in diesen Branchen Marktanteile gewinnen. Mit acht Prozent im Kraftwagenbau und elf Prozent im Maschinenbau bleiben sie aktuell jedoch noch deutlich hinter der deutschen Konkurrenz zurück.

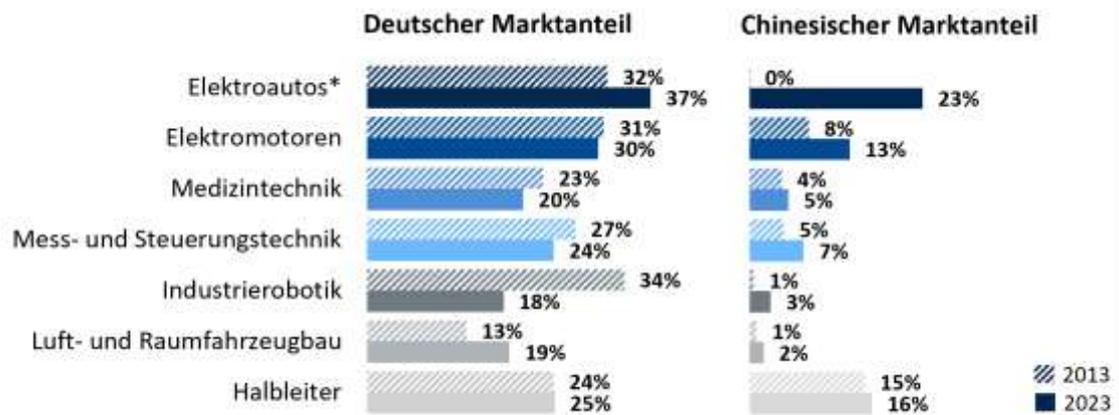
Im Bereich der Elektrischen Ausrüstungen sowie DV-Geräte, Elektronik, Optik haben die chinesischen Hersteller in den vergangenen Jahren aufholen können. Im Jahr 2023 betrug der Marktanteil Chinas in diesen Branchen etwa 20 Prozent, während deutsche Unternehmen Marktanteile verloren haben. Ein ähnliches Bild findet sich bei den Metallerzeugnissen: deutsche Marktanteile haben um zwei Prozentpunkte abgenommen, chinesische in einem ähnlichen Umfang zugenommen. In der Branche Sonstiger Fahrzeugbau zeigt sich keine Dynamik. Deutsche Unternehmen erreichten im Jahr 2023 den dreifachen Marktanteil chinesischer Hersteller und bedienen rund zwölf Prozent des Marktes.



### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Die Marktanteile Chinas und Deutschlands für den übrigen europäischen Markt zeigen ein fast deckungsgleiches Bild zu dem in der Europäischen Union. Aktuell dominieren deutsche Hersteller den Markt. In den Bereichen Mess- und Steuerungstechnik (24%) und Medizintechnik (20%) haben deutsche Marktanteile etwa um drei Prozentpunkte abgenommen. Die deutlichsten Verluste verzeichnet die Industrierobotik (-16 Prozentpunkte). Besonders robust sind hingegen die deutschen Marktanteile in den Bereichen Elektromotoren (30%) und Halbleiter (25%).

Chinesische Marktanteile sind in allen betrachteten Potenzialfeldern gestiegen. Am deutlichsten ist die Zunahme im Feld der Elektroautos. Innerhalb von fünf Jahren konnten chinesische Hersteller ihren Marktanteil von null Prozent auf 23 Prozent steigern. Die deutsche Konkurrenz konnte im gleichen Zeitraum auch Zugewinne verzeichnen und nimmt nun 37 Prozent des Marktes ein. Noch größer ist die Zunahme deutscher Marktanteile im Luft- und Raumfahrzeugbau. Im Jahr 2023 stammte jedes fünfte Produkt auf dem Markt aus Deutschland. Die chinesische Konkurrenz erreicht hier zwei Prozent Marktanteil.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

### Chancen und Herausforderungen auf einen Blick

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Wirtschaft und Importnachfrage im übrigen Europa wächst – wie in der EU – in den nächsten Jahren moderat</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Deutschlands Marktanteile sind in den meisten Branchen deutlich höher</li> <li>– China holt stetig auf, in den Elektrobranchen liegt das Land vorn</li> <li>– Sehr hohe chinesische Dynamik im Kraftwagenbau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Deutschland profitiert von den zahlreichen EU-Abkommen mit der Region und hat dadurch einen Wettbewerbsvorteil</li> <li>– Vertiefung der Abkommen oder der EU-Beitritt einiger dieser Länder könnte diesen Vorteil verstärken</li> </ul>

### Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation

Die übrigen europäischen Länder außerhalb der Europäischen Union sind in der Summe kleiner als der EU-Staatenverbund, ähneln diesem aber in vielerlei Hinsicht. Das hohe Wohlstandsniveau sorgt dafür, dass die Region trotz der moderaten Wachstumsperspektiven ein sehr attraktiver Absatzmarkt ist. Deutschland verfügt über eine sehr starke, historisch gewachsene Marktpräsenz in zahlreichen verschiedenen Industriebranchen und Potenzialfeldern. China steigerte zwar in den vergangenen Jahren seine Anteilswerte kräftig, konnte Deutschland aber nur in wenigen Branchen von der Spitzenposition verdrängen. Deutschland profitiert von einem sehr guten Marktzugang: Der Europäische Wirtschaftsraum teilt die vier Grundfreiheiten des EU-Binnenmarkts – darunter den freien Warenverkehr. Andere europäische Länder haben zumindest umfassende Handelsabkommen mit der EU abgeschlossen oder sind EU-Beitrittskandidaten. Auch in absehbarer Zeit dürfte der deutsche Exportsektor im Vergleich zum chinesischen Wettbewerb von einem besseren Marktzugang profitieren. Trotzdem zeigt der Trend in den vergangenen Jahren, dass die chinesischen Konkurrenten auch in dieser Absatzregion an Wettbewerbsfähigkeit gewinnen und sich der Wettbewerb weiter intensivieren dürfte.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz			<input checked="" type="checkbox"/>
 Entwicklungstrend	<input checked="" type="checkbox"/>		
 Marktzugang			<input checked="" type="checkbox"/>

Auch im übrigen Europa dürfte China weiter an Marktanteilen gewinnen. Deutschland befindet sich aber in einer guten Ausgangsposition, um weiterhin erfolgreich seine Waren zu vermarkten.

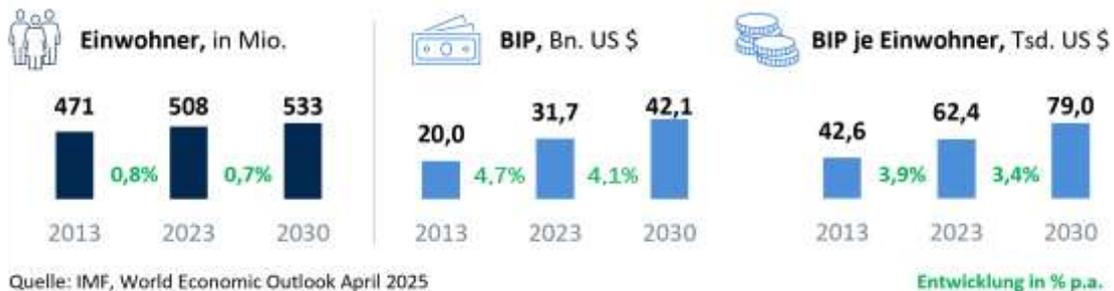


### 3.3 Nordamerika

Die Region Nordamerika wird ökonomisch von den USA – der weltgrößten Volkswirtschaft – dominiert. Zusammen mit dem bevölkerungsreichen Schwellenland Mexiko und dem wohlhabenden Industrieland Kanada bildet die Ländergruppe mit dem Freihandelsabkommen USMCA eine gigantische Freihandelszone. Mit über 500 Millionen Einwohnern und einem

sehr hohen Wohlstandsniveau – das BIP je Einwohner lag im Jahr 2023 bei rund 62.400 US-Dollar – stellt die Region einen riesigen Absatzmarkt mit sehr hoher Kaufkraft dar. In den vergangenen Jahren ist die Wirtschaft kräftig gewachsen. Mittlerweile sind die Wachstumsaussichten insbesondere aufgrund der US-Außenwirtschaftspolitik getrübt.

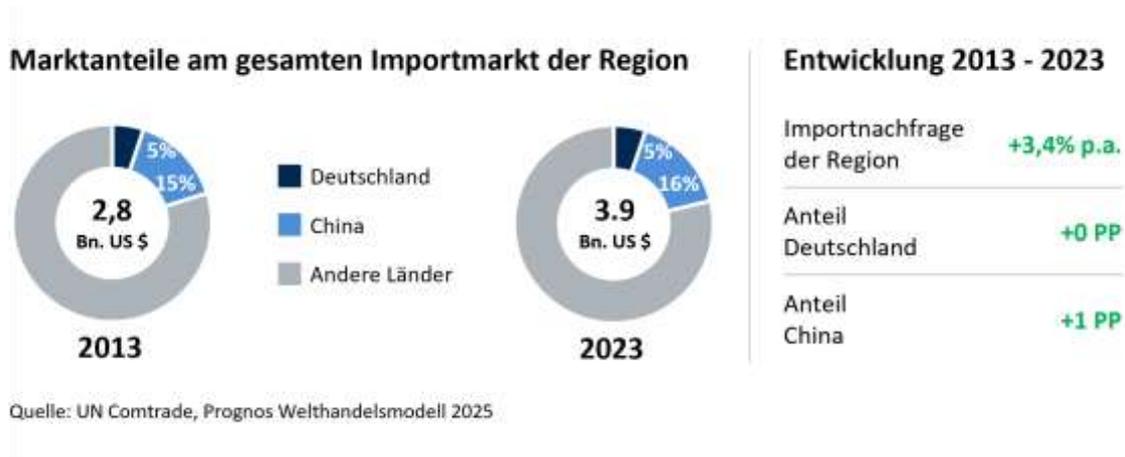
Teilweise genießt die deutsche und bayerische Exportwirtschaft einen guten Marktzugang – sowohl mit Kanada als auch mit Mexiko bestehen EU-Freihandelsabkommen. Mit einem Anteil von rund elf Prozent an der gesamten deutschen Ausfuhr weist Nordamerika eine ähnlich große Bedeutung auf wie die Region „Übriges Europa“. Künftig dürfte aber insbesondere der Außenhandel mit den USA deutlich schwieriger werden: Die von der Trump-Regierung verhängten Einfuhrzölle dürften zu einem Rückgang des außenwirtschaftlichen Austausches führen. Dazu trägt auch die in den kommenden Jahren – im Vergleich zur jüngeren Vergangenheit – voraussichtlich geringe wirtschaftliche Dynamik bei.



#### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Nordamerika ist ein traditionell großer und wichtiger Absatzmarkt für die Exporteure aus Deutschland und Bayern. Gleichwohl ist China in der Region deutlich stärker vertreten. So hielt Deutschland zwischen 2013 und 2023 einen stabilen Marktanteil von rund fünf Prozent. Der chinesische Anteil erreichte im Jahr 2021 seinen Höchststand mit rund 19 Prozent, ging seitdem aber wieder auf rund 16 Prozent zurück. Nordamerika ist damit der einzige Absatzmarkt unter den insgesamt zwölf betrachteten Regionen, in dem in der jüngeren Vergangenheit ein spürbarer Rückgang des chinesischen Marktanteils zu sehen war (wenngleich der Anteilswert 2023 höher liegt als der Anteilswert 2013).

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen



Die Schlüsselbranchen im Fokus

In der Region Nordamerika zeigen die deutschen und chinesischen Marktanteile recht wenig Dynamik. Deutsche Hersteller liegen in den Branchen Kraftwagenbau und Sonstiger Fahrzeugbau – mit einem Marktanteil von acht bzw. neun Prozent – knapp vor der chinesischen Konkurrenz. In allen anderen betrachteten Branchen befinden sich die Marktanteile deutscher Hersteller weit hinter denen chinesischer Unternehmen.

Besonders dominant zeigt sich China mit einem Marktanteil von etwa 30 Prozent in der Branche DV-Geräte, Elektronik, Optik. Zudem stammt mehr als jedes vierte Produkt der Branchen Elektrische Ausrüstungen und Metallerzeugnisse aus China. Gleichzeitig erweisen sich die deutschen Marktanteile in den chinesischen dominierten Branchen als robust. So blieben die deutschen Marktanteile in den Branchen Maschinenbau (9%) und DV-Geräte, Elektronik, Optik (3%) im Zehnjahresvergleich unverändert.



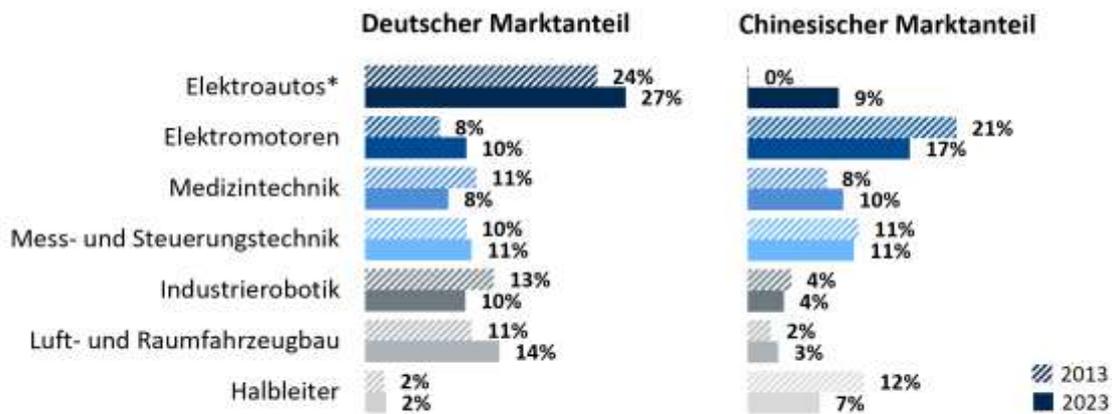
Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Die Marktanteile deutscher und chinesischer Unternehmen sind in der nordamerikanischen Region größtenteils stabil geblieben. Den deutlichsten Zuwachs konnten chinesische Unternehmen im Bereich Elektroautos verzeichnen. In den Jahren von 2017 bis 2023

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

steigerte sich ihr Marktanteil von null auf neun Prozent. Gleichzeitig wird der Markt von deutschen Herstellern dominiert, mehr als jedes vierte importierte Elektroauto (27%) stammt aus Deutschland. Die einzigen Potenzialfelder, in dem China Marktanteile verloren hat, sind die der Elektromotoren – von 21 Prozent auf 17 Prozent und Halbleiter von zwölf Prozent auf sieben Prozent. Deutsche Hersteller konnten ihren Anteil in dem Bereich der Elektromotoren leicht ausbauen – von acht Prozent auf zehn Prozent. Im Bereich der Halbleiter blieb der deutsche Marktanteil stabil bei zwei Prozent.

Weitere Zugewinne deutscher Marktanteile lassen sich in dem Luft- und Raumfahrzeugbau (2023: 14%) feststellen. In der Medizintechnik (8%) und Industrierobotik (10%) verringerten sich deutsche Marktanteile um drei Prozentpunkte. Chinesische Marktanteile zeigen sich im Zeitverlauf in den gleichen Bereichen relativ konstant.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

Chancen und Herausforderungen auf einen Blick

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die aktuelle US-Außenwirtschaftspolitik dämpft das Wachstum</li> <li>– Die Importnachfrage der US-Wirtschaft dürfte nachlassen</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– China hat deutlich höhere Marktanteile, aber in den letzten Jahren spürbar verloren</li> <li>– Deutschland konnte sich v. a. im Kraftwagenbau, Maschinenbau und Sonstigen Fahrzeugbau gut behaupten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Deutschland profitiert von EU-Abkommen mit Kanada und Mexiko</li> <li>– Der US-Importmarkt schottet sich stärker ab</li> <li>– Gleichwohl dürften chinesische Importe stärker unter US-Zöllen leiden als deutsche – das könnte ein relativer Wettbewerbsvorteil sein</li> </ul>

**Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation**

Nordamerika ist ein Sonderfall unter den insgesamt zwölf betrachteten Absatzregionen: In keinem anderen Absatzmarkt ging der chinesische Importmarktanteil in der jüngeren Vergangenheit spürbar zurück. Dieser erreichte 2021 mit 19 Prozent seinen Höchststand und reduzierte sich bis 2023 auf 16 Prozent. Dies liegt insbesondere an den gestiegenen geopolitischen Spannungen zwischen den USA und China, die mit Einschränkungen für den bilateralen Handel zwischen den zwei Ländern einhergehen. Doch auch gegenüber anderen Regionen – u. a. gegenüber der Europäischen Union – schottet sich der große US-Markt verstärkt ab. In Kombination mit der in den kommenden Jahren gedämpften Wachstumsdynamik hat der US-Markt auch für den deutschen Exportsektor an Attraktivität verloren. Im Hinblick auf den Wettbewerb mit dem chinesischen Exportsektor könnte der sich intensivierende Handelskonflikt zwischen China und den USA jedoch einen relativen Wettbewerbsvorteil für die deutschen Unternehmen bedeuten.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz			
 Entwicklungstrend			
 Marktzugang			

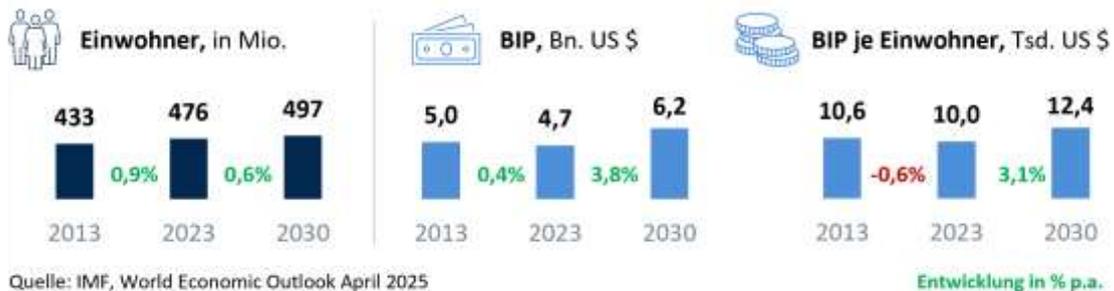
Chinas Marktpräsenz ist groß, aber rückläufig, die deutsche stabil. Die geopolitische Rivalität USA-China könnte dem deutschen Exportsektor - trotz schwierigem Gesamtumfeld - im Wettbewerb mit China einen Vorteil verschaffen.



### 3.4 Südamerika und Mittelamerika

Gemessen an der Bevölkerung ist die Region Südamerika und Mittelamerika mit rund 480 Millionen Menschen ähnlich groß wie Nordamerika. Die Wirtschaftskraft ist jedoch aufgrund eines durchschnittlichen Einkommens je Einwohner von rund 10.000 US-Dollar wesentlich niedriger. Die einzelnen Volkswirtschaften der Region unterscheiden sich sowohl im Hinblick auf die Größe und das Wohlstandsniveau deutlich. Brasilien steht allein für über zwei Fünftel der Bevölkerung und Wirtschaftskraft. Argentinien, Chile und Kolumbien sind weitere wirtschaftliche Schwergewichte in der Region.

Insgesamt ist Südamerika im Vergleich mit anderen Regionen durch eine unterdurchschnittliche außenwirtschaftliche Offenheit geprägt. Auch die EU hat nur mit wenigen Ländern – z. B. Chile, Peru und Kolumbien – ein Freihandelsabkommen abgeschlossen. Das könnte sich künftig ändern: Ende 2024 wurden die Verhandlungen zum EU-Mercosur-Freihandelsabkommen erfolgreich abgeschlossen. Wenn das Abkommen tatsächlich in Kraft tritt, würde gemessen an der Einwohnerzahl eine der weltweit größten Freihandelszonen Realität werden und den europäischen Exporteuren einen wichtigen Vorsprung vor der internationalen Konkurrenz bescheren.



#### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Südamerika gehört zu den Absatzregionen, in denen die chinesische Exportwirtschaft in den vergangenen Jahren massiv an Marktanteilen hinzugewinnen konnte: Zwischen 2013 und 2023 legte der Marktanteil von rund zwölf Prozent auf rund 19 Prozent zu. Deutschland konnte im gleichen Zeitraum seinen Marktanteil stabil halten. Dieser liegt jedoch mit rund vier Prozent deutlich niedriger.

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

Marktanteile am gesamten Importmarkt der Region



Quelle: UN Comtrade, Prognos Welthandelsmodell 2025

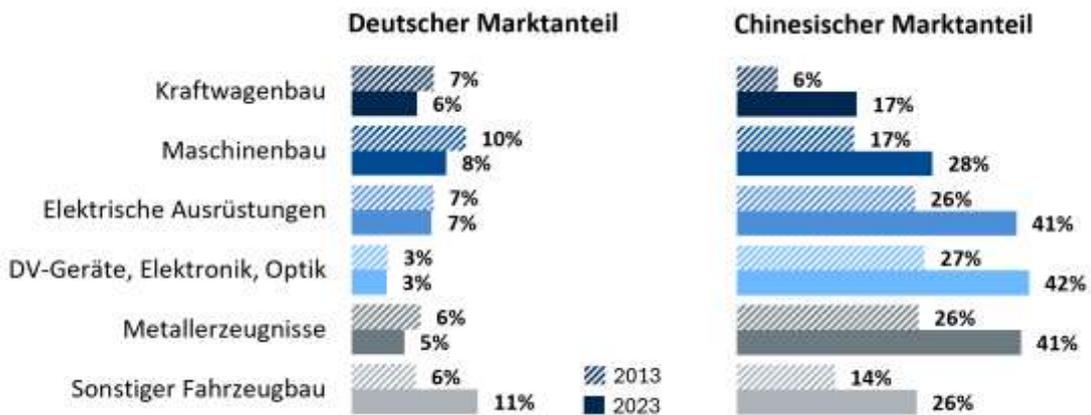
Entwicklung 2013 - 2023

Importnachfrage der Region	+0,8% p.a.
Anteil Deutschland	+0 PP
Anteil China	+7 PP

Die Schlüsselbranchen im Fokus

Für den süd- und mittelamerikanischen Markt zeigt sich im Zeitraum von 2013 bis 2023 eine zunehmende chinesische Dominanz über alle identifizierten Schlüsselbranchen hinweg. Für drei Branchen – Elektrische Ausrüstungen, Metallerzeugnisse sowie DV-Geräte, Elektronik, Optik – liegt der chinesische Marktanteil bei über 40 Prozent. In den Branchen Maschinenbau und Sonstiger Fahrzeugbau stammt mehr als jedes vierte Produkt aus China. Diese Marktanteile entsprechen Zugewinnen von elf bis 15 Prozentpunkten innerhalb von zehn Jahren.

Die Marktanteile deutscher Unternehmen sind im Zeitverlauf größtenteils konstant geblieben. Die einzige Zunahme, die deutsche Hersteller auf dem süd- und mittelamerikanischen Markt für sich verzeichnen können, findet sich in der Branche Sonstiger Fahrzeugbau (11%). In den restlichen Branchen ist entweder eine Stagnation oder eine leichte Abnahme zu verzeichnen.

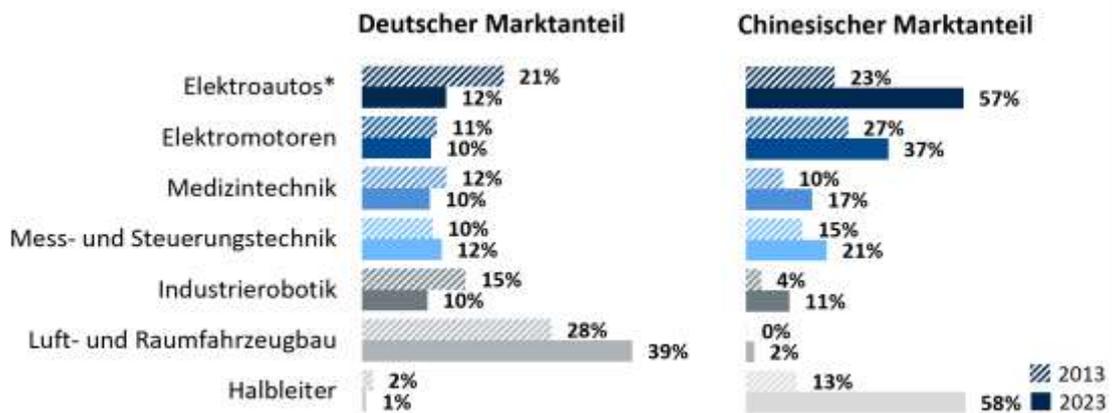


Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Auch in den Potenzialfeldern konnten chinesische Unternehmen ihre Marktposition deutlich ausbauen. In allen Bereichen außer dem Luft- und Raumfahrzeugbau gehören chinesischen Hersteller zu den drei wichtigsten Importeuren der Region. Im Luft- und Raumfahrzeugbau nehmen deutsche Hersteller den größten Marktanteil mit 39 Prozent im Jahr 2023 ein.

In den restlichen Branchen bleiben deutsche Marktanteile weit hinter den chinesischen zurück. Mehr als jedes zweite importierte Elektroauto und Halbleiter sowie jeder dritte importierte Elektromotor stammt aus China. Für den Bereich der Elektroautos entspricht dies einer Verdopplung der Marktanteile innerhalb von fünf Jahren. Im gleichen Zeitraum schrumpft der Anteil von Elektroautos aus Deutschland auf zwölf Prozent. Deutschland liegt im Bereich Elektroautos damit jedoch weiterhin auf Rang zwei. Die stärksten Zugewinne chinesischer Marktanteile finden sich im Bereich Halbleiter – von 13 Prozent auf 58 Prozent. In diesem Bereich haben vor allem US-amerikanische Produzenten in den vergangenen Jahren deutlich an Anteilen verloren.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025 \*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

**Chancen und Herausforderungen auf einen Blick**

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>- In den kommenden Jahren erwarten wir ein moderates Wachstum der Wirtschaft und Importnachfrage</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- China hat seine Marktposition enorm ausbauen können, auch in deutschen Stärkefeldern wie dem Kraftwagen- und Maschinenbau</li> <li>- Deutschland konnte seine Marktanteile in vielen Branchen trotzdem stabil halten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Insbesondere der große Mercosur-Raum ist außenwirtschaftlich eher verschlossen</li> <li>- Sollte das EU-Mercosur-Abkommen in Kraft treten, wäre das (noch) ein wichtiger Wettbewerbsvorteil deutscher Anbieter im Vergleich zu China</li> </ul>

**Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation**

Deutschland konnte seine Marktanteile in vielen wichtigen Branchen in den vergangenen Jahren stabil halten. Gleichwohl hat China seinen Vorsprung in den vergangenen zehn Jahren deutlich ausgebaut. Über die künftige Entwicklung der Wettbewerbssituation wird nicht zuletzt der aktuell noch fragliche Erfolg des EU-Mercosur-Freihandelsabkommens entscheiden: Noch hat der Mercosur-Raum, der einige der großen Volkswirtschaften des Kontinents abdeckt, eine relativ geringe außenwirtschaftliche Offenheit. Würde das Abkommen tatsächlich in Kraft treten und sich die Mercosur-Staaten dem europäischen Wettbewerb öffnen, wäre dies ein wichtiger Wettbewerbsvorteil der deutschen Anbieter im Vergleich zu ihren chinesischen Konkurrenten. Im Fall eines Scheiterns des Abkommens ist damit zu rechnen, dass China weiterhin Marktanteilsgewinne verbucht – auch zulasten des deutschen Exportsektors.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz	<input checked="" type="checkbox"/>		
 Entwicklungstrend	<input checked="" type="checkbox"/>		
 Marktzugang		<input checked="" type="checkbox"/>	

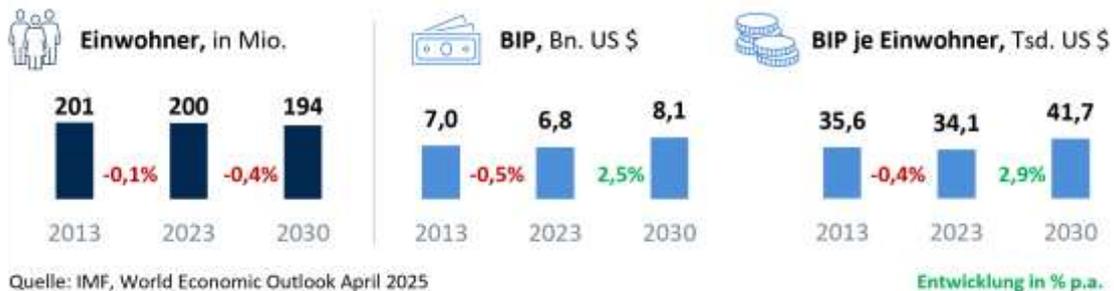
China dürfte seine Marktpräsenz weiter ausbauen. Ein Game-Changer könnte das Inkrafttreten des EU-Mercosur-Abkommens sein und den deutschen Exporteuren einen Vorteil beim Marktzugang verschaffen.



### 3.5 Ostasien

Ostasien gehört neben Europa und Nordamerika zur Gruppe der technologisch und volkswirtschaftlich hochentwickelten Regionen. Japan ist mit einem Bruttoinlandsprodukt von rund 4,2 Billionen US-Dollar nach wie vor das wirtschaftliche Schwergewicht der Region. Südkorea folgt mit einigem Abstand mit rund 1,8 Billionen US-Dollar. Gleichwohl ist Südkorea in den vergangenen Jahren deutlich dynamischer gewachsen und hat Japan beim Pro-Kopf-Einkommen überholt. Zusammen mit Taiwan bilden die drei Länder damit eine große Absatzregion mit einer im weltweiten Vergleich überdurchschnittlich hohen Kaufkraft. Nordkorea, das geografisch ebenfalls zu Ostasien gehört, spielt wirtschaftlich eine unbedeutende Rolle. In den kommenden Jahren dürfte die wirtschaftliche Dynamik jedoch verhalten sein. Dafür sorgen u. a. die ungünstigen demografischen Strukturen in den Ländern: Im Jahr 2030 wird die Bevölkerungszahl spürbar kleiner und älter sein als heute.

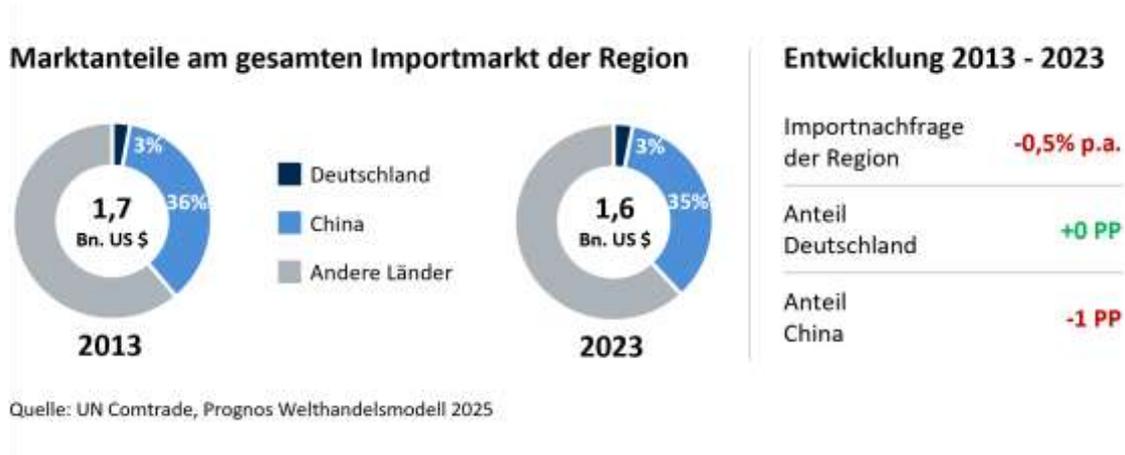
Die deutschen Exporteure genießen grundsätzlich einen guten Marktzugang: Sowohl mit Japan als auch mit Südkorea sind seit mehreren Jahren moderne Freihandelsabkommen in Kraft, die die wechselseitigen Handelshemmnisse deutlich reduziert haben. Gleichwohl lag der Anteil der deutschen Ausfuhr, der nach Ostasien geht, sowohl im Jahr 2013 als auch im Jahr 2023 bei lediglich drei Prozent.



### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Geopolitisch befinden sich Japan, Südkorea und Taiwan häufig in Konflikt mit dem großen Nachbarn China. Dies tut jedoch zumindest vordergründig der außenwirtschaftlichen Verflechtung keinen Abbruch: China hat am gesamten Importmarkt der Region einen Marktanteil von mehr als einem Drittel. Deutschland bedient hingegen nur rund drei Prozent der Importnachfrage aus Japan, Südkorea und Taiwan.

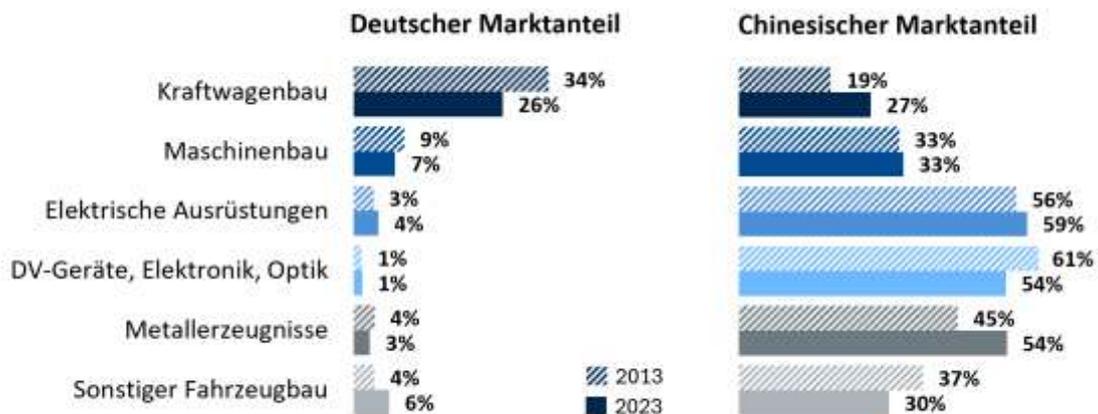
Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen



**Die Schlüsselbranchen im Fokus**

Der ostasiatische Markt wird zu großen Teilen von Herstellern aus China dominiert. So wird weit über die Hälfte der ostasiatischen Nachfrage in den Branchen Elektrische Ausrüstungen (59%), DV-Geräte, Elektronik, Optik (54%) und Metallerzeugnisse (54%) von chinesischen Unternehmen bedient. Deutsche Unternehmen erreichen in diesen Branchen Marktanteile von einem bis vier Prozent. In der Branche Sonstiger Fahrzeugbau konnten deutsche Unternehmen eine Zunahme der Marktanteile um zwei Prozentpunkte auf sechs Prozent im Jahr 2023 erreichen. Im gleichen Zeitraum nahm der Anteil chinesischer Unternehmen in der Branche um sieben Prozentpunkte ab, liegt aber mit 30 Prozent deutlich über dem deutschen Anbieter.

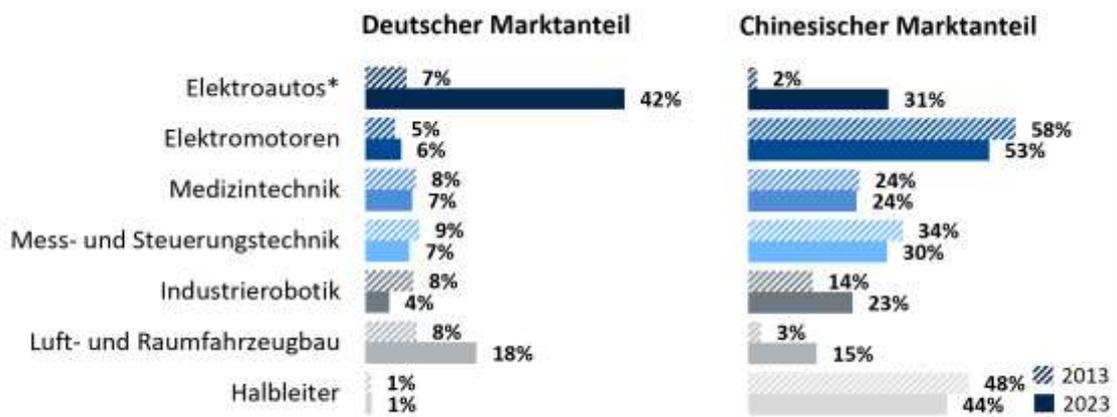
Eine starke Marktposition haben die deutschen Hersteller vor allem im Kraftwagenbau. Im Jahr 2013 betrug der deutsche Marktanteil in dieser Branche 34 Prozent, zehn Jahre später sank er auf 26 Prozent ab. Zeitgleich nahm der Marktanteil chinesischer Hersteller im gleichen Umfang zu – von 19 Prozent auf 27 Prozent. Damit kommen die Produzenten beider Länder aktuell auf ähnlich hohe Marktanteile.



### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Bei den Potenzialfeldern zeigen die Bereiche Elektroautos und Luft- und Raumfahrt ein besonders starkes Wachstum der deutschen Marktanteile. Deutsche Hersteller konnten ihre Anteile im Bereich der Elektroautos von sieben Prozent auf 42 Prozent steigern, chinesische Produzenten von zwei Prozent auf 31 Prozent. Zurückzuführen sind diese Zugewinne auf die großen Verluste US-amerikanischer Hersteller, die mit 15 Prozent aktuell nur den dritten Rang belegen. Im Luft- und Raumfahrzeugbau legten die deutschen Marktanteile auf 18 Prozent und die chinesischen auf 15 Prozent zu.

Die Bereiche Medizintechnik sowie die Mess- und Steuerungstechnik zeigen sich stabil – sowohl für deutsche als auch für chinesische Hersteller. Im Bereich der Industrierobotik haben sich die Marktanteile deutscher Unternehmen halbiert (4%). Damit rutscht Deutschland von Rang drei auf Rang sechs der relevantesten Importeure in diesem Bereich ab. Die chinesische Konkurrenz konnte ihre Marktanteile ausbauen (23%), liegt damit aber noch immer hinter dem Marktführer Japan (44%). Trotz kleinerer Marktanteilsverluste zeigen sich chinesische Importeure in den Bereichen Elektromotoren (53%) und Halbleiter (44%) besonders dominant.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

### Chancen und Herausforderungen auf einen Blick

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Wirtschaft und Importnachfrage in Ostasien werden in den kommenden Jahren moderat zulegen</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– In keiner anderen Region hat China so hohe Marktanteile wie in Ostasien</li> <li>– Deutschland hat eine sehr starke Marktposition im Kraftwagenbau und ist auch im Maschinenbau gut positioniert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Moderne Freihandelsabkommen helfen den deutschen Exporteuren</li> <li>– Doch auch China hat – etwa durch das große RCEP-Abkommen – einen guten Marktzugang</li> <li>– Diversifizierungsziele der Länder könnten eine Chance für deutsche Anbieter darstellen</li> </ul>

### Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation

Deutschland profitiert in Japan und Südkorea von modernen EU-Freihandelsabkommen und damit einem guten Marktzugang. Darüber hinaus zeichnet sich die Region durch ein hohes Wohlstandsniveau und eine hohe Kaufkraft aus. Gleichwohl liegt der deutsche Marktanteil in Ostasien stabil bei lediglich rund drei Prozent. Der chinesische Exportsektor genießt jedoch ebenfalls einen guten Marktzugang und profitiert darüber hinaus von der geografischen und kulturellen Nähe – und hat seit vielen Jahren einen sehr hohen Marktanteil von mehr als einem Drittel. Derzeit laufen zudem Gespräche zwischen China, Japan und Südkorea zu einem möglichen trilateralen Handelsabkommen. Grundsätzlich ist Ostasien jedoch ein attraktiver Potenzialmarkt, in dem sich der deutsche Exportsektor – ausgehend von einem niedrigen Niveau – auch künftig gegenüber der chinesischen Konkurrenz behaupten kann. Ein Vorteil für die deutschen Anbieter ist, dass sich auch die ostasiatischen Volkswirtschaften künftig geopolitisch resilienter – und damit auf der Beschaffungsseite diversifizierter – ausrichten möchten. Insbesondere bei Kraftwagen und Maschinen profitiert Deutschland von einer bereits heute guten Marktpräsenz.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz	✓		
 Entwicklungstrend		✓	
 Marktzugang		✓	

Ostasien ist für Deutschland auch künftig ein attraktiver Absatzmarkt mit gutem Marktzugang und viel Potenzial nach oben. Ein Hemmnis ist die deutlich stärkere Marktpräsenz Chinas.

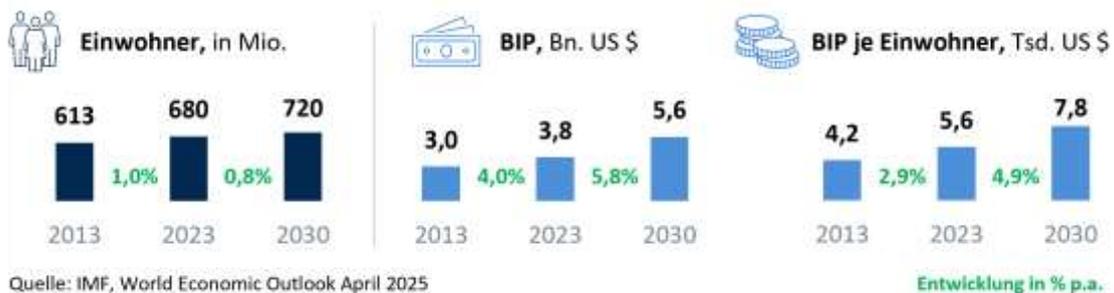


### 3.6 Südostasien

Südostasien gehört zur Gruppe der weltweit am schnellsten wachsenden Wirtschaftsregionen. Bislang ist das durchschnittliche Wohlstandsniveau mit einem Pro-Kopf-Einkommen in Höhe von rund 5.600 US-Dollar noch gering. Gleichwohl bildet die Region auch aufgrund seiner großen Bevölkerung – rund 680 Millionen Einwohner – einen großen und attraktiven Absatzmarkt. Wirtschaftlich haben sich die Länder zum ASEAN-Wirtschaftsraum zusammengeschlossen. Die Mitgliedstaaten haben die wechselseitigen Zölle abgeschafft, gleichwohl bestehen nach wie vor zahlreiche nichttarifäre Handelshemmnisse. Indonesien bildet mit rund 280 Millionen Einwohnern und einer Wirtschaftsleistung von rund 1,3 Billionen US-Dollar das Schwergewicht.

Die außenwirtschaftliche Offenheit und Vernetzung der einzelnen Länder sind unterschiedlich. Während etwa Singapur über zahlreiche Freihandelsabkommen verfügt, ist etwa der indonesische Markt in vielen Bereichen vor ausländischem Wettbewerb abgeschirmt. Die EU hat nur mit wenigen ASEAN-Ländern Freihandelsabkommen abgeschlossen. Stattdessen sind die ASEAN-Länder außenwirtschaftlich stärker regional verbunden. Sie sind Teil der 2022 in Kraft getretenen Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) und bilden zusammen mit Japan, Südkorea, China, Australien und Neuseeland die größte Freihandelszone der Welt.

Die außenwirtschaftliche Offenheit und Vernetzung der einzelnen Länder sind unterschiedlich. Während etwa Singapur über zahlreiche Freihandelsabkommen verfügt, ist etwa der indonesische Markt in vielen Bereichen vor ausländischem Wettbewerb abgeschirmt. Die EU hat nur mit wenigen ASEAN-Ländern Freihandelsabkommen abgeschlossen. Stattdessen sind die ASEAN-Länder außenwirtschaftlich stärker regional verbunden. Sie sind Teil der 2022 in Kraft getretenen Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) und bilden zusammen mit Japan, Südkorea, China, Australien und Neuseeland die größte Freihandelszone der Welt.



### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

China hat seine Marktpräsenz in Südostasien in den vergangenen Jahren deutlich ausgeweitet. Der Anteil des Landes an den gesamten Warenimporten legte von 21 Prozent im Jahr 2013 auf 33 Prozent im Jahr 2023 zu – mittlerweile geht rund ein Achtel der chinesischen Ausfuhr in die Region. Deutschlands Marktanteil ging hingegen im gleichen Zeitraum von knapp drei Prozent auf gut zwei Prozent zurück.

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

Marktanteile am gesamten Importmarkt der Region



Quelle: UN Comtrade, Prognos Welthandelsmodell 2025

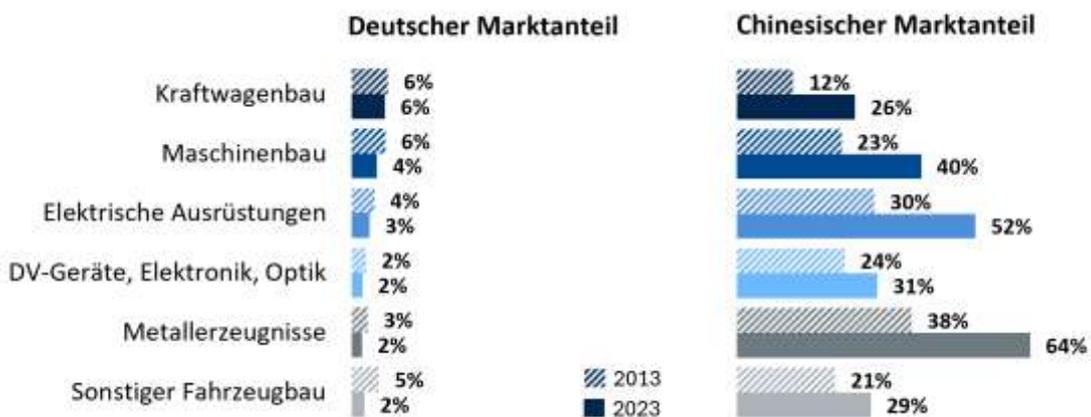
Entwicklung 2013 - 2023

Importnachfrage der Region	+3,1% p.a.
Anteil Deutschland	-1 PP
Anteil China	+12 PP

Die Schlüsselbranchen im Fokus

Der südostasiatische Importmarkt wird in den ausgewählten Branchen deutlich von chinesischen Herstellern dominiert. Mit sechs Prozent im Jahr 2023 weist der Kraftwagenbau noch den größten deutschen Marktanteil auf. Im Vergleich zu den 26 Prozent, die chinesische Produzenten in dieser Branche ausmachen, ist aber auch dieser Wert gering. In allen anderen betrachteten Branchen liegt der deutsche Marktanteil zwischen zwei und vier Prozent. Teilweise gingen die deutschen Marktanteile deutlich zurück, etwa bei Maschinen (minus 2 Prozentpunkte) und den Sonstigen Fahrzeugen (minus 3 Prozentpunkte).

China hingegen konnte seine Marktposition in allen betrachteten Branchen weiter ausbauen. Bei den Metallerzeugnissen beträgt der Marktanteil Chinas 64 Prozent – eine Zunahme von 26 Prozentpunkten in den vergangenen zehn Jahren. Auch in der Branche Elektrische Ausrüstungen bedienen chinesische Hersteller mehr als die Hälfte der gesamten Importnachfrage und im Kraftwagenbau konnten sie ihre Marktanteile mehr als verdoppeln.

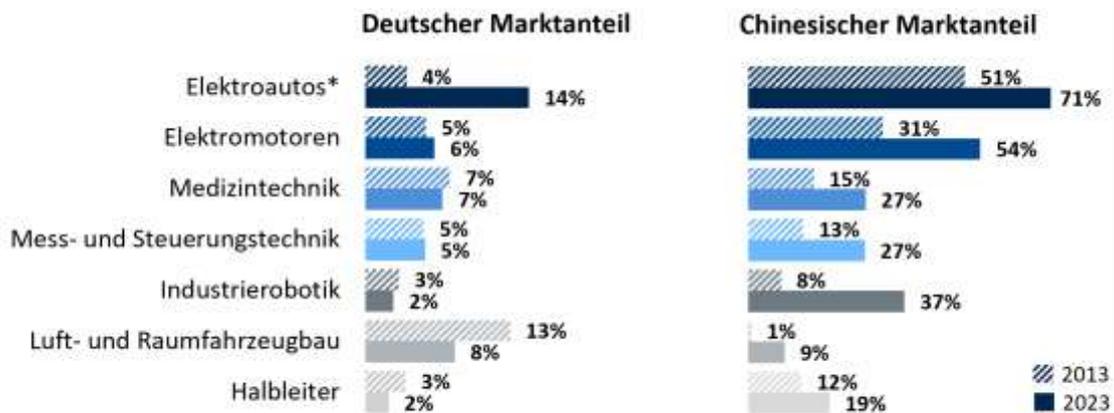


Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Das Bild chinesischer Dominanz findet sich nun auch in den Potenzialfeldern wieder. Über alle Bereiche hinweg konnten chinesische Produzenten massiv an Marktanteilen hinzugewinnen. Im Jahr 2023 stammte mehr als jedes vierte Produkt der Medizintechnik und der Mess- und Steuerungstechnik aus China. Im Bereich der Elektromotoren war es jedes zweite. Mit einem Anteil von über 70 Prozent dominieren chinesische Unternehmen den Markt der Elektroautos. Am dynamischsten ist der chinesische Marktanteil in der Industrierobotik gewachsen. Mit einem Marktanteil von 37 Prozent im Jahr 2023 übertraf China den bisherigen japanischen Marktführer (26%) deutlich.

Deutsche Produzenten konnten die Dynamik des südostasiatischen Markts kaum für sich nutzen. Lediglich der deutsche Marktanteil im Bereich der Elektroautos stieg von vier auf 14 Prozent. Vor allem die Corona-Jahre, in denen chinesische Unternehmen an Marktanteilen verloren, konnten deutsche Unternehmen für sich nutzen. In der Luft- und Raumfahrt ist Deutschland von Rang zwei der größten Importeure auf Rang fünf abgerutscht. Die chinesische Konkurrenz hat sich in diesem Zeitraum auf Rang vier gesteigert. Auch im Bereich Halbleiter konnten chinesische Produzenten Marktanteile gewinnen – fast jedes fünfte Produkt kommt im Jahr 2023 aus China. Deutsche Produzenten liegen hier bei zwei Prozent Marktanteil.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

### Chancen und Herausforderungen auf einen Blick

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Der ASEAN-Raum gehört auch künftig zu den Regionen mit dem höchsten Wirtschafts- und Nachfragewachstum</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– China hat seine Marktposition deutlich ausgebaut: Ein Drittel der gesamten Importnachfrage wird mittlerweile von China gedeckt</li> <li>– Nirgendwo sonst haben deutsche Anbieter einen geringeren Marktanteil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– China hat – u. a. aufgrund des RCEP-Abkommens – einen guten Marktzugang</li> <li>– EU-Abkommen gibt es nur mit sehr wenigen ASEAN-Ländern</li> <li>– Nur große Fortschritte bei bilateralen Abkommen könnten diesen Wettbewerbsnachteil ausgleichen</li> </ul>

### Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation

In kaum einer anderen Region konnten die chinesischen Anbieter ihre Wettbewerbssituation so stark ausbauen wie in Südostasien und damit von der überdurchschnittlichen Wachstums- und Nachfragedynamik in den dortigen Ländern profitieren. Deutschland hat hingegen – ausgehend von einem ohnehin bereits sehr niedrigen Niveau – nochmals an Marktanteilen verloren. Eine Trendumkehr ist nicht erkennbar: Neben dem Vorteil der mittlerweile sehr starken Marktpräsenz profitiert der chinesische Exportsektor von einem guten Marktzugang. Die deutschen Unternehmen haben hingegen in den meisten Länder aufgrund fehlender EU-Freihandelsabkommen mit mehr Handelshemmnissen zu kämpfen.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz	✓		
 Entwicklungstrend	✓		
 Marktzugang	✓		

Deutsche Exporteure dürften es auch künftig sehr schwer haben: China baut seine sehr starke Marktpräsenz weiter auf und genießt einen besseren Marktzugang.

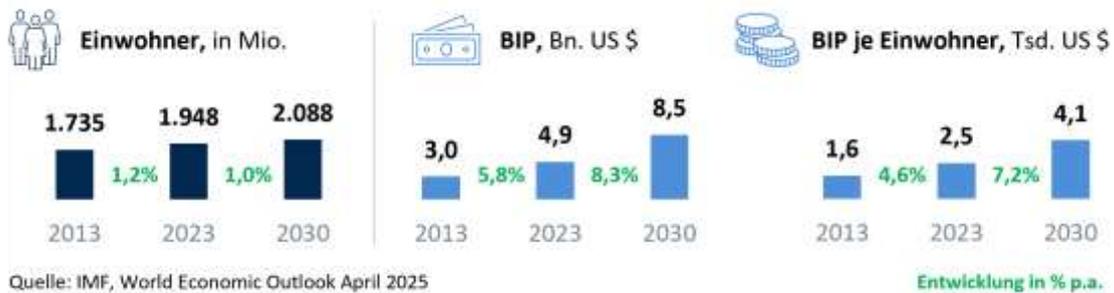


### 3.7 Südasien

In keiner anderen Region ist die Wirtschaftskraft so dynamisch gewachsen wie in Südasien. Auch in den kommenden Jahren bis 2030 ist die Ländergruppe der globale Spitzenreiter beim Wirtschaftswachstum. Das Wohlstandsniveau ist zwar mit einem Bruttoinlandsprodukt je Einwohner von lediglich rund 2.500 US-Dollar gering. Aufgrund der sehr großen Bevölkerung – fast zwei Milliarden Men-

schen – ist die Wirtschaftsleistung der Region trotzdem größer als etwa das Bruttoinlandsprodukt der Staaten Südostasiens oder Südamerikas. Dominiert wird die Region von Indien: Jeweils rund drei Viertel der Bevölkerung und der Wirtschaftsleistung entfallen auf das Land.

Die Länder der Region sind außenwirtschaftlich nur unterdurchschnittlich verflochten – sowohl untereinander als auch mit anderen Regionen. Auch Indien hat sich dem Weltmarkt bislang eher zögerlich geöffnet. Derzeit verhandeln die EU und Indien über ein Freihandelsabkommen. Sie haben sich das Ziel gesetzt, die Gespräche noch 2025 erfolgreich abzuschließen. Gleichwohl gibt es nach wie vor verschiedene Streitpunkte.



### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Trotz der starken geopolitischen Rivalität zwischen Indien und China, konnte die chinesische Exportwirtschaft ihre Marktpräsenz im Land und in der gesamten Region in den vergangenen zehn Jahren spürbar ausbauen und bedient mittlerweile mehr als ein Viertel der gesamten Importnachfrage. Der deutsche Marktanteil liegt – relativ stabil – bei gut drei Prozent und damit auf einem deutlich niedrigeren Niveau.

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

Marktanteile am gesamten Importmarkt der Region



Quelle: UN Comtrade, Prognos Welthandelsmodell 2025

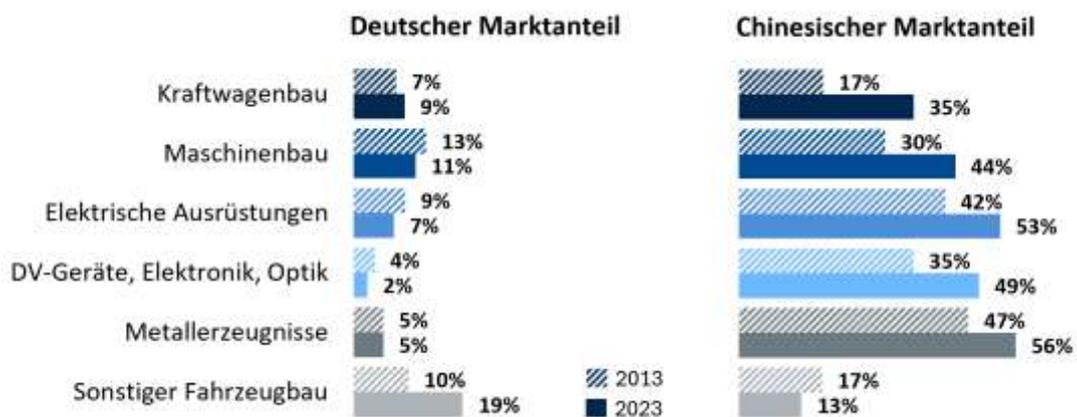
Entwicklung 2013 - 2023

Importnachfrage der Region	+3,4% p.a.
Anteil Deutschland	+0 PP
Anteil China	+7 PP

Die Schlüsselbranchen im Fokus

Die bayerischen Schlüsselbranchen werden im südasiatischen Markt größtenteils von chinesischen Anbietern dominiert. In drei Branchen – Elektrische Ausrüstung, DV-Geräte, Elektronik, Optik und Metallerzeugnisse – erreichen chinesische Unternehmen einen Marktanteil von knapp oder mehr als 50 Prozent im Jahr 2023, während sich vor allem die Branche Sonstiger Fahrzeugbau für deutsche Hersteller als Wachstumsmarkt herausgestellt. Im Zeitraum von 2013 bis 2023 konnten deutsche Unternehmen ihren Marktanteil in der Branche verdoppeln. So bedienen deutsche Unternehmen rund ein Fünftel der südasiatischen Nachfrage und liegen damit deutlich vor der chinesischen Konkurrenz (13%).

In der Branche Kraftwagenbau konnten sowohl deutsche als auch chinesische Unternehmen Marktanteile gewinnen. Während chinesische Hersteller diesen jedoch verdoppeln konnten (35%) waren es auf der Seite deutscher Unternehmen Zugewinne in Höhe von zwei Prozentpunkten (9%).

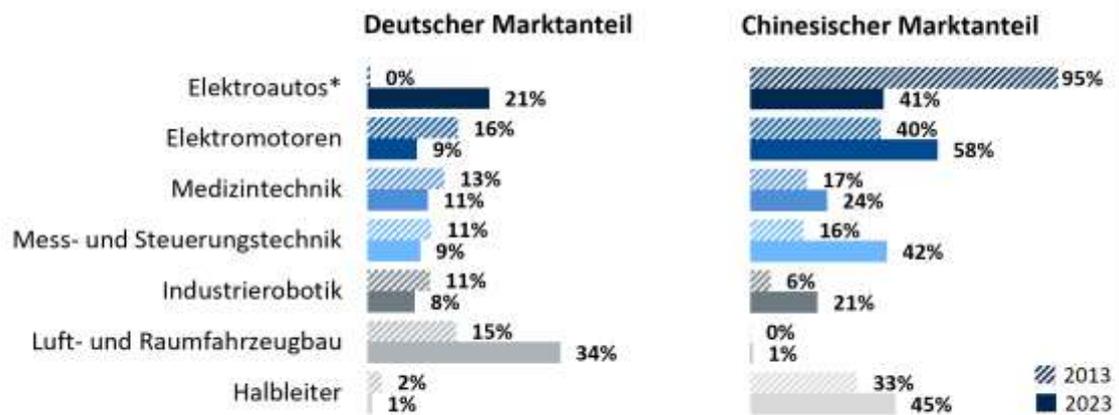


Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Bei Elektroautos zeigt sich eine sehr starke Verschiebung der Marktanteile zulasten Chinas: Während chinesische Unternehmen den (damals sehr kleinen) südasiatischen Markt für Elektroautos im Jahr 2017 fast konkurrenzlos mit einem Marktanteil von 95 Prozent bedient haben, sank dieser innerhalb von fünf Jahren auf 41 Prozent. Im gleichen Jahr belief sich der deutsche Marktanteil auf 21 Prozent – Deutschland hat sich zum zweitgrößten Importeur in diesem Bereich für Südostasien entwickelt. Eine ähnliche Zunahme können deutsche Unternehmen im Luft- und Raumfahrzeugbau verbuchen – von 15 Prozent auf 34 Prozent. Damit liegen deutsche Unternehmen dicht hinter dem Marktführer Frankreich (35%). China hingegen liegt aktuell noch abgeschlagen auf Rang acht mit einem Prozent Marktanteil.

Den größten Zuwachs an Marktanteilen konnten chinesische Unternehmen in dem Bereich Mess- und Steuerungstechnik erreichen. Chinesische Produzenten haben diese von 16 Prozent auf 42 Prozent ausgebaut. Deutsche Hersteller konnten mit elf Prozent ihren Rang als zweitgrößter Importeur in dieser Branche behalten. Ebenso dominant sind chinesische Produzenten von Elektromotoren, die Marktanteile belaufen sich auf 58 Prozent. Auch hier konnten deutsche Hersteller trotz einer deutlichen Reduktion ihrer Marktanteile von 16 Prozent auf neun Prozent den zweiten Rang behalten. Noch stärker dominieren chinesische Hersteller das Potenzialfeld Halbleiter – mit 45 Prozent Marktanteil. Deutsche Unternehmen erreichen hier Anteile von etwa einem Prozent.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

### Chancen und Herausforderungen auf einen Blick

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>Keine andere Region ist in den vergangenen Jahren schneller gewachsen</li> <li>Auch künftig bleibt die wirtschaftliche Dynamik sehr hoch</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chinas Marktpräsenz ist stärker geworden: Das Land liefert ein Viertel aller Importe</li> <li>Der deutsche Marktanteil ist insgesamt niedrig</li> <li>In einzelnen Branchen – Kraftwagen, Maschinen, Elektrische Ausrüstungen – ist die deutsche Exportwirtschaft gut aufgestellt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Region insgesamt ist protektionistisch</li> <li>Das geplante EU-Indien-Freihandelsabkommen würde den Marktzugang wesentlich vereinfachen und den deutschen Exporteuren einen wichtigen Vorteil gegenüber der chinesischen Konkurrenz verschaffen</li> </ul>

### Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation

Auch künftig wird Südasiens die am schnellsten wachsende Region sein und wird sich damit zu einer der größten Wirtschaftsräume der Welt entwickeln. Der deutsche Anteil am südasiatischen Importmarkt ist stabil, aber mit rund drei Prozent niedrig. China konnte hingegen seine Marktpräsenz in den vergangenen Jahren deutlich stärken. Unter den heutigen Voraussetzungen unterstützt der aktuelle Markttrend damit den chinesischen Exportsektor. Ein Gamechanger könnte jedoch das EU-Indien-Freihandelsabkommen sein, das aktuell verhandelt wird. Es würde der deutschen Exportwirtschaft einen wichtigen Vorteil gegenüber dem chinesischen Wettbewerb verschaffen.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz	✓		
 Entwicklungstrend	✓		
 Marktzugang		✓	

China baut seine ohnehin sehr starke Marktpräsenz weiter aus. Ohne Verbesserungen beim Marktzugang bleiben die Wachstumsaussichten für den deutschen Exportsektor begrenzt.

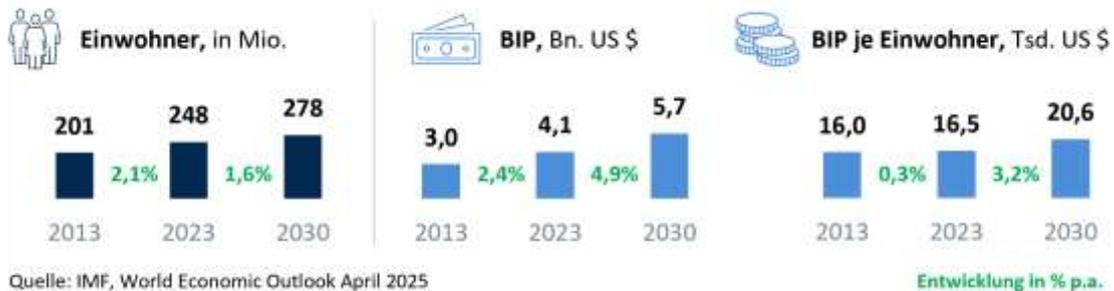


### 3.8 Vorderasien und Naher Osten

Die Region vereint Länder, die sich in Größe und Struktur deutlich unterscheiden. Dazu gehören etwa die Türkei, die fragilen Staaten des Nahen Ostens, Israel sowie die häufig rohstoffreichen und wohlhabenden Golfstaaten. In den vergangenen Jahren ist die Wirtschaft etwas langsamer als im globalen Durchschnitt gewachsen, bis 2030 erwarten wir ein leicht überdurchschnittliches Wachstum. Das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen liegt mit rund 16.500 US-Dollar höher als etwa in Südamerika

(10.000 US-Dollar) oder Südostasien (5.600 US-Dollar).

Der Marktzugang unterscheidet sich von Land zu Land. Die Türkei und die EU verbindet eine Zollunion, mit Israel besteht ein Freihandelsabkommen. Der Handel mit den übrigen Ländern erfolgt nach den allgemeinen Bestimmungen der Welthandelsorganisation (WTO). Verhandlungen zu einem Freihandelsabkommen zwischen der EU und der dynamischen Golfregion waren bislang nicht erfolgreich.



#### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Die Region hat sich in den vergangenen Jahren verstärkt Asien zugewandt. Das lässt sich auch anhand der Importdaten ablesen: Während etwa die deutschen Anteile am gesamten Importmarkt von rund acht Prozent im Jahr 2013 auf rund sechs Prozent im Jahr 2023 zurückgingen, legte der chinesische Anteil im gleichen Zeitraum deutlich von elf Prozent auf 17 Prozent zu.

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

Marktanteile am gesamten Importmarkt der Region



Quelle: UN Comtrade, Prognos Welthandelsmodell 2025

Entwicklung 2013 - 2023

Importnachfrage der Region	+2,6% p.a.
Anteil Deutschland	-2 PP
Anteil China	+6 PP

Die Schlüsselbranchen im Fokus

Die Marktanteile deutscher und chinesischer Unternehmen haben sich in Vorderasien und dem Nahen Osten zwischen den Jahren 2013 und 2023 sehr dynamisch entwickelt. Während deutsche Unternehmen über alle betrachteten Schlüsselbranchen hinweg Marktanteile verloren haben, konnten chinesische Hersteller Marktanteile gewinnen. Am größten sind die deutschen Marktanteilsverluste bei den Sonstigen Fahrzeugen. Im Jahr 2013 bedienten deutsche Hersteller etwa ein Fünftel des Marktes, im Jahr 2023 waren es nur noch elf Prozent. Gleichwohl liegt der deutsche Marktanteil noch vor der chinesischen Konkurrenz (8%).

In allen anderen betrachteten Branchen dominieren chinesische Unternehmen den Markt deutlich. Fast jedes dritte Produkt in den Branchen Elektrische Ausrüstungen und Metallzeugnisse stammt von einem chinesischen Hersteller. In den Branchen Maschinenbau und DV-Geräte, Elektronik, Optik ist es jedes Vierte.

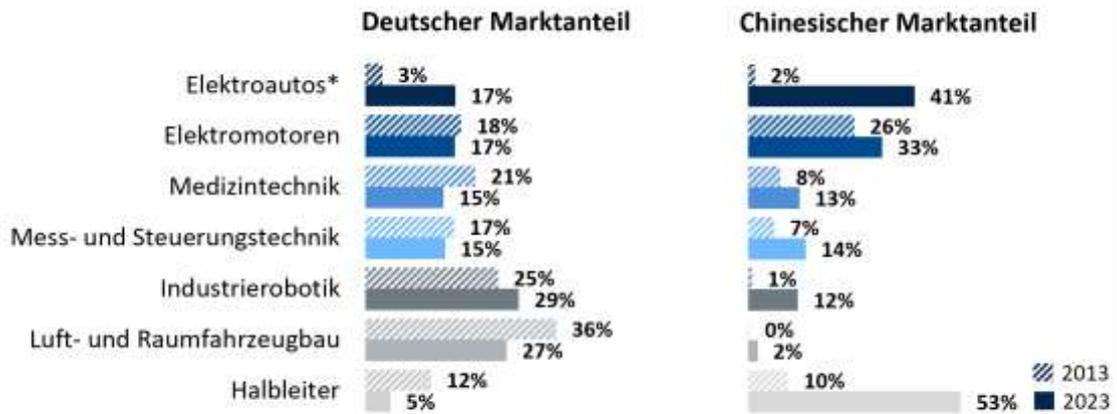


Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

In den betrachteten Potenzialfeldern hat Deutschland durchgehend eine sehr starke Marktpräsenz. Die chinesischen Marktanteile haben sich jedoch in sämtlichen Potenzialfeldern sehr dynamisch entwickelt. Deutsche Hersteller überzeugen vor allem in dem Bereich der Industrierobotik, den sie mit einem Marktanteil von 29 Prozent dominieren. Die chinesische Konkurrenz konnte sich mit einem Anstieg der Marktanteile von einem Prozent auf zwölf Prozent auf Rang zwei vorarbeiten. Die deutschen Marktanteile im Luft- und Raumfahrzeugbau sind von den ursprünglichen 36 Prozent auf 27 Prozent gesunken – gewonnen haben stattdessen Anbieter aus den USA und dem Vereinigten Königreich. Dennoch konnten deutsche Hersteller ihren Rang als größter Importeur in diesem Bereich weiter für sich beanspruchen. Chinesische Importeure konnten ihren Marktanteil zwar steigern, liegen mit zwei Prozent aber auf Rang sieben.

Beide Länder konnten in der Branche der Elektroautos enorme Zugewinne verzeichnen. Deutsche Anteile stiegen von drei Prozent im Jahr 2013 auf 17 Prozent im Jahr 2023 und chinesische im gleichen Zeitraum von zwei Prozent auf 41 Prozent. Zurückzuführen ist diese Entwicklung auf den starken Einbruch der US-amerikanischen Anteilswerte. Ähnlich stark angewachsen sind die chinesischen Marktanteile im Bereich Halbleiter – von zehn Prozent auf 53 Prozent. Die Anteile deutscher Unternehmen haben sich im gleichen Zeitraum hingegen mehr als halbiert – von zwölf Prozent auf fünf Prozent.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

### Chancen und Herausforderungen auf einen Blick

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die sehr heterogene Region entwickelt sich auch künftig nicht einheitlich</li> <li>– Die Türkei und die Golfregion haben das größte Wachstumspotenzial</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– China konnte seine Marktanteile deutlich steigern</li> <li>– Deutschland hat etwas an Boden verloren, hat aber im Fahrzeugbau, Maschinenbau und Elektrischen Ausrüstungsgütern nach wie vor Stärken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lediglich zur Türkei und zu Israel haben deutsche Exporteure einen guten Marktzugang</li> </ul>

### Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation

Die Länder Vorderasiens und des Nahen Ostens bilden keine einheitliche Region mit einem gemeinsamen Entwicklungstrend. In der Türkei profitieren die deutschen Anbieter auch künftig von einem guten Marktzugang und einer starken Marktpräsenz. Ein besonders attraktiver Potenzialmarkt – hohes Wachstum und Wohlstandsniveau – stellen die Golfstaaten dar. In diesen Ländern konnten die chinesischen Wettbewerber jedoch sehr stark an Marktanteilen gewinnen. Gleichwohl ergeben sich hier insbesondere in den Bereichen Fahrzeugen, Maschinen und Elektrischen Ausrüstungen auch künftig gute Absatzchancen für die deutsche Industrie.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz	✓		
 Entwicklungstrend	✓		
 Marktzugang			✓

Chinas Marktanteile steigen. Doch auch Deutschland hat eine gute Marktpräsenz und damit gute Ausgangsposition, seine Exportaktivitäten in der Region zu steigern.

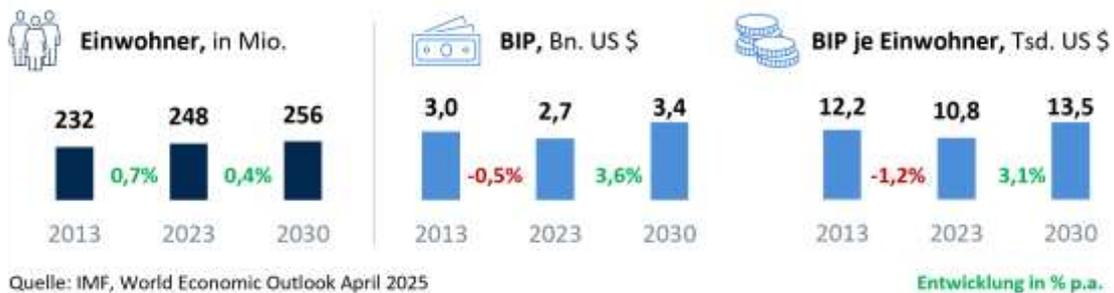


### 3.9 Russland und Zentralasien

Die Absatzregion Russland und Zentralasien erstreckt sich über eine riesige Landmasse. Gemessen an der Bevölkerungszahl und der Wirtschaftskraft gehört die Ländergruppe jedoch zu den kleineren betrachteten Einheiten. Die Region wird von Russland dominiert, auf das rund drei Viertel der gesamten Wirtschaftskraft entfallen. Das Pro-Kopf-Einkommen liegt mit rund 10.800 US-Dollar im Jahr 2023 in etwa auf dem Niveau Südamerikas. V. a. aufgrund der Sanktionen, die die westlichen Länder in Reaktion auf den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine verhängt haben, ist die Wirtschaftsleistung in den vergangenen Jahren geschrumpft. Auch künftig erwarten wir eine lediglich unterdurchschnittliche Wachstumsdynamik.

Im Hinblick auf die außenwirtschaftliche Einbindung stellt die Region eine Besonderheit dar. In der Folge der Sanktionen wurden die bis 2022 relativ starken außenwirtschaftlichen Verflechtungen zwischen dem Westen und Russland in sehr großem Umfang unterbrochen. Aktuell ist der westliche Handel mit Russland in sehr vielen Warenbereichen stark eingeschränkt oder schlicht verboten. Für andere Länder der Region trifft dies nicht zu. Gleichwohl haben diese – etwa Usbekistan, Kasachstan oder die Mongolei – eine vergleichsweise geringe Wirtschaftskraft.

Im Hinblick auf die außenwirtschaftliche Einbindung stellt die Region eine Besonderheit dar. In der Folge der Sanktionen wurden die bis 2022 relativ starken außenwirtschaftlichen Verflechtungen zwischen dem Westen und Russland in sehr großem Umfang unterbrochen. Aktuell ist der westliche Handel mit Russland in sehr vielen Warenbereichen stark eingeschränkt oder schlicht verboten. Für andere Länder der Region trifft dies nicht zu. Gleichwohl haben diese – etwa Usbekistan, Kasachstan oder die Mongolei – eine vergleichsweise geringe Wirtschaftskraft.



### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

In keiner anderen Region hat es eine derart große Verschiebung an Marktanteilen gegeben wie in Russland und Zentralasien: Im Jahr 2023 hatten Deutschland und China in etwa eine gleich starke Marktpräsenz. Zahlreiche deutsche Unternehmen waren seit vielen Jahrzehnten auf dem Markt aktiv und hatten sich eine sehr gute Marktposition erarbeitet. Mittlerweile liegt der chinesische Marktanteil mit fast 50 Prozent fast zehnmal so hoch wie der deutsche Wert. Damit zeigt sich das riesige Disruptionspotenzial von geopolitischen Auseinandersetzungen.

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

Marktanteile am gesamten Importmarkt der Region



Quelle: UN Comtrade, Prognos Welthandelsmodell 2025

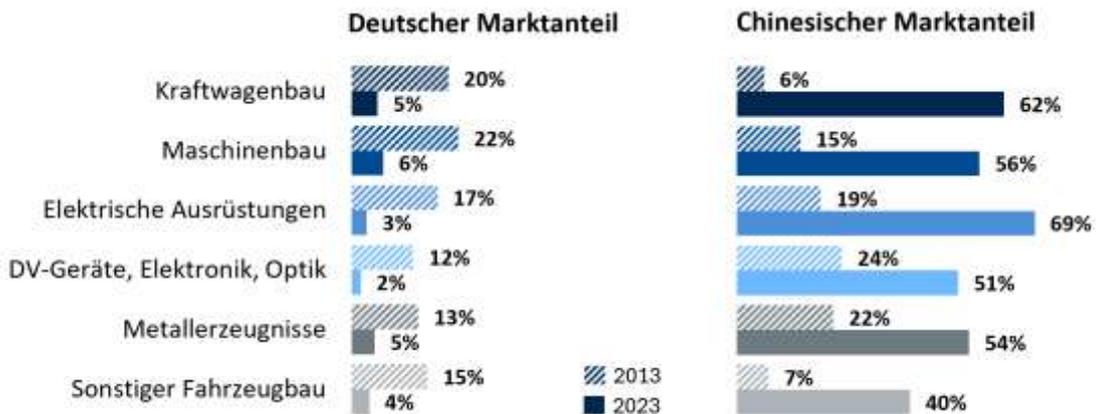
Entwicklung 2013 - 2023

Importnachfrage der Region	-2,9% p.a.
Anteil Deutschland	-8 PP
Anteil China	+32 PP

Die Schlüsselbranchen im Fokus

In den Schlüsselbranchen findet sich ein ähnliches Bild wie bei der zuvor beschriebenen Importnachfrage. Während deutsche Marktanteile sich in dem Zeitraum von 2013 bis 2023 deutlich verringert haben, vervielfachten sich chinesische Marktanteile über alle Branchen hinweg. An dem Beispiel der Branche Kraftwagenbau lässt sich diese Entwicklung verdeutlichen. Im Jahr 2013 bedienten deutsche Hersteller 20 Prozent des Marktes, im Jahr 2023 sind es noch fünf Prozent. Zeitgleich haben sich die chinesischen Marktanteile in der Branche von sechs Prozent auf 62 Prozent gesteigert.

Die massive Verschiebung der Marktanteile ist vor allem auf den Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine und die daraus resultierenden Sanktionen westlicher Länder zurückzuführen. China hat sich diese freigewordenen Potenziale genutzt und seine Marktanteile massiv ausgebaut.

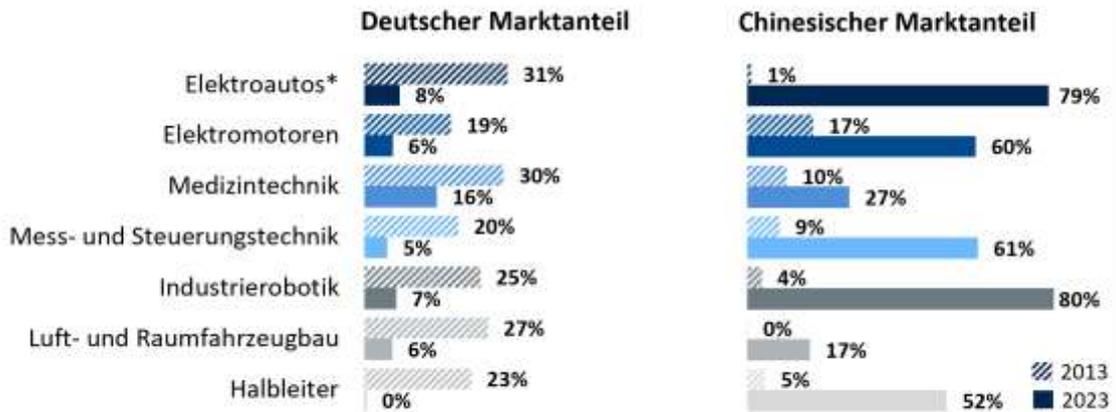


Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Auch in den Potenzialfeldern hat in den letzten Jahren die Verlagerung von deutschen hin zu chinesischen Marktanteilen stattgefunden. In den Bereichen der Elektroautos und der Industrierobotik nehmen chinesische Unternehmen etwa 80 Prozent des Marktes ein. In den Bereichen der Elektromotoren und der Mess- und Steuerungstechnik sind es rund 60 Prozent. 52 Prozent Marktanteil erreichen chinesische Hersteller im Bereich Halbleiter. Auch in der Medizintechnik (27%) sind chinesische Importeure auf dem ersten Rang zu finden. Lediglich im Luft- und Raumfahrzeugbau bleiben chinesische Hersteller mit einem Marktanteil von 17 Prozent hinter dem Marktführer Frankreich (39%) zurück.

Deutsche Unternehmen verlieren über alle Potenzialfelder hinweg massiv an Marktanteilen und damit auch ihre ehemalige Position als Marktführer (Stand 2013 bzw. 2017) in den Bereichen – Elektroautos (31%), Elektromotoren (19%), Medizintechnik (30%), Mess- und Steuerungstechnik (20%), Industrierobotik (25%) und Halbleiter (23%).



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

### Chancen und Herausforderungen auf einen Blick

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Russland wächst weiterhin nur moderat</li> <li>– Zentralasiatische Länder wie Usbekistan oder Kasachstan legen deutlich schneller zu</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Innerhalb weniger Jahre hat China den russischen Markt übernommen und westliche Anbieter verdrängt</li> <li>– Das zeigt dramatisch die außenwirtschaftliche Wirkmächtigkeit eskalierender geopolitischer Konflikte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Aufgrund von Sanktionen ist der russische Markt für deutsche Anbieter kaum zugänglich – China nutzt diesen Vorteil</li> <li>– Mit den zentralasiatischen Ländern gelten die WTO-Bestimmungen</li> </ul>

**Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation**

Der Zugang zu Russland, dem auch künftig deutlich größten Absatzmarkt der Region, ist auf absehbare Zeit durch die EU-Sanktionen gegenüber dem Land für die deutsche Exportwirtschaft kaum zugänglich. Dementsprechend dürfte China seine Marktpräsenz auch in den kommenden Jahren stärken können. Bessere Perspektiven bieten die zentralasiatischen Märkte. Länder wie Usbekistan sind zwar deutlich kleiner als Russland, jedoch an einer Vertiefung der außenwirtschaftlichen Beziehungen zum Westen interessiert. Jedoch müssen Unternehmen beim Handel mit diesen Ländern eine hohe Sorgfalt walten lassen: Die Nachfrage ist vor allem bei sanktionierten Gütern gestiegen. Außenhandelsdaten zeigen, dass diese vermehrt nach Russland weitergeleitet werden.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz			
 Entwicklungstrend			
 Marktzugang			

Die Eskalation der geopolitischen Spannungen mit Russland beendete abrupt den Großteil des Außenhandels mit der Region. China dürfte den Markt auf absehbare Zeit besetzt halten.

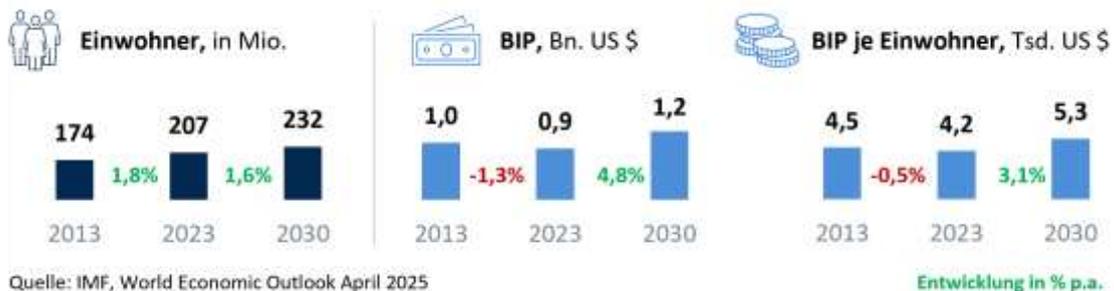


### 3.10 Nordafrika

Die nordafrikanische Absatzregion liegt in direkter Nachbarschaft zu Europa. Im Vergleich mit den meisten übrigen betrachteten Regionen ist die Wirtschaftskraft mit knapp einer Billion US-Dollar im Jahr 2023 gering. Das mit

Abstand größte Land ist Ägypten: Rund die Hälfte der Bevölkerung und rund 45 Prozent der Wirtschaftsleistung entfallen auf das Land an der Schnittstelle zwischen Afrika und Asien. Das Wohlstandsniveau lag im Jahr 2023 mit rund 4.200 US-Dollar höher als etwa in Südasien (2.500 US-Dollar), aber niedriger als in Südostasien (5.600 US-Dollar).

Insgesamt zeichnet sich die Region durch eine nur unterdurchschnittliche außenwirtschaftliche Offenheit aus. Auch der Handel untereinander wird häufig durch tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse gebremst. Die EU hat zwar mit einigen Ländern Assoziierungsabkommen abgeschlossen. Ein umfassendes Freihandelsabkommen besteht aber nur mit Marokko.



### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Der deutsche Exportsektor ist bereits seit langer Zeit in dem geografisch nahegelegenen Absatzmarkt aktiv. In den vergangenen Jahren konnten die deutschen Anbieter ihren Anteil an der gesamten Importnachfrage leicht von rund sechs Prozent auf rund sieben Prozent steigern. Gleichwohl ist der chinesische Anteilswert noch deutlich stärker angewachsen und lag im Jahr 2023 bei rund 17 Prozent.

#### Marktanteile am gesamten Importmarkt der Region



#### Entwicklung 2013 - 2023

Importnachfrage der Region	+1,2% p.a.
Anteil Deutschland	+1 PP
Anteil China	+6 PP

### Die Schlüsselbranchen im Fokus

Die Schlüsselbranchen erweisen sich auf dem nordafrikanischen Markt sowohl für deutsche als auch für chinesische Hersteller als stabil im Hinblick auf ihre Marktanteile. Besonders erfolgreich konnten sich deutsche Unternehmen in den Branchen Kraftwagenbau (16%) und Sonstiger Fahrzeugbau (16%) in den Jahren von 2013 bis 2023 behaupten. Die chinesische Konkurrenz hat in diesen Branchen nur wenige Marktanteile gewinnen können.

Die Marktanteile in den restlichen Schlüsselbranchen sind für deutsche Unternehmen recht konstant geblieben. Vor allem die deutschen Marktanteile den Branchen Maschinenbau (11%) und Elektrische Ausrüstungen (12%) zeigen wenig Dynamik. Gleichzeitig wird rund jedes vierte Produkt dieser beiden Branchen aus China bezogen. In der Branche DV-Geräte, Elektronik, Optik sind es mehr als 30 Prozent und für die Branche Metallerzeugnisse sogar fast 40 Prozent.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

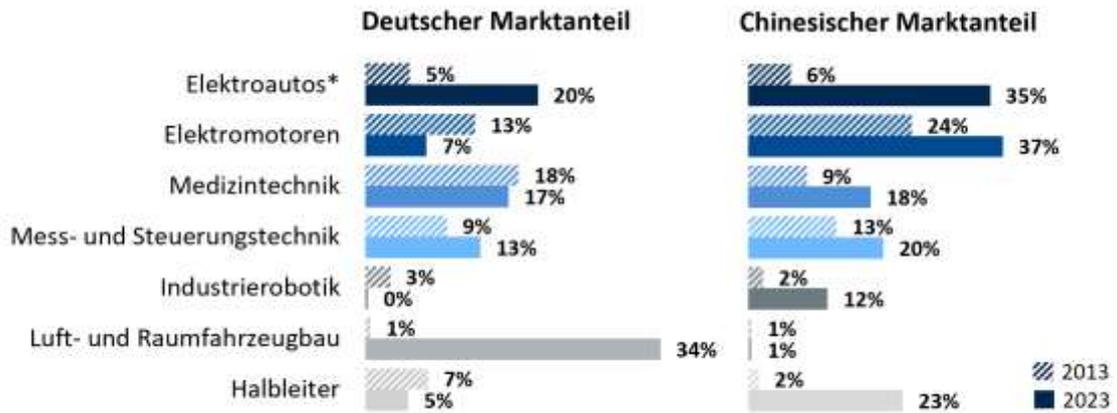
### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

In den vergangenen Jahren konnten vor allem chinesische Hersteller Marktanteile in der nordafrikanischen Region hinzugewinnen. Jedes dritte Elektroauto und jeder dritte Elektromotor stammt im Jahr 2023 aus China. Deutsche Marktanteile beliefen sich im Fall der Elektroautos auf 20 Prozent und der Elektromotoren auf sieben Prozent. Sowohl deutsche als auch chinesische Hersteller konnten in dem Bereich der Mess- und Steuerungstechnik Marktanteile hinzugewinnen. Deutschland konnte damit den dritten Rang (13%) der größten Importeure in dem Bereich halten und China den zweiten (20%). Seit über zehn Jahren wird die Mess- und Steuerungstechnik in Nordafrika von französischen Produzenten (21%) dominiert.

Der Bereich Luft- und Raumfahrzeugbau hat in den letzten Jahren eine große Dynamik aufgewiesen, die deutsche Hersteller für sich nutzen und ihren Marktanteil auf 34 Prozent ausbauen konnten. Damit sind sie aktuell der führende Importeur in der Region. Der chinesische Marktanteil blieb hingegen unverändert bei einem Prozent. Im Bereich der Medizintechnik konnten chinesische Unternehmen ihre Anteile verdoppeln (18%) und sind damit

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

knapp vor der deutschen Konkurrenz (17%), die ihre Anteile relativ konstant hielt. Anders in der Industrierobotik, hier scheinen deutsche Produzenten im Jahr 2023 keine relevante Rolle zu spielen, während sich Importe aus China versechsfacht haben (12%). Mehr als verzehnfacht hat sich der Marktanteil chinesischer Unternehmen in dem Bereich Halbleiter (23%). Deutsche Unternehmen bedienen aktuell fünf Prozent des Marktes.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

Chancen und Herausforderungen auf einen Blick

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die vergleichsweise kleine Absatzregion dürfte in den kommenden Jahren leicht überdurchschnittlich wachsen</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– China konnte seine Marktpräsenz deutlich steigern</li> <li>– Doch auch Deutschland konnte leicht an Marktanteilen hinzugewinnen</li> <li>– Erfolgreich ist Deutschland v. a. bei Kraftwagen, Maschinen und Elektrischen Ausrüstungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Eine Weiterentwicklung der bestehenden Assoziierungszu umfassenden Freihandelsabkommen könnte den Handel mit der Region deutlich beleben und Deutschland einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der chinesischen Konkurrenz verschaffen</li> </ul>

Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation

Der deutsche Exportsektor konnte in wichtigen Warengruppen – insbesondere Kraftwagen, Maschinen und Elektrische Ausrüstungen – seine Marktanteile in den vergangenen Jahren konsolidieren oder sogar leicht ausbauen. China konnte seine Marktpräsenz jedoch noch deutlich steigern. Es ist anzunehmen, dass dieser Trend – eine starke deutsche Marktposition, weitere Anteilsgewinne für China – auch künftig anhält. Gelänge es der EU, mit mehr nordafrikanischen Ländern vertiefte Handelsabkommen wie mit Marokko abzuschließen, wären die Attraktivität und Wachstumspotenziale Nordafrikas für den deutschen Exportsektor nochmals deutlich höher.

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz			
 Entwicklungstrend			
 Marktzugang			

China baut seine Marktpräsenz aus, doch auch Deutschland konnte seine Marktanteile steigern. Die geografisch nahe liegende Region dürfte auch künftig ein umkämpfter, aber attraktiver Markt sein.

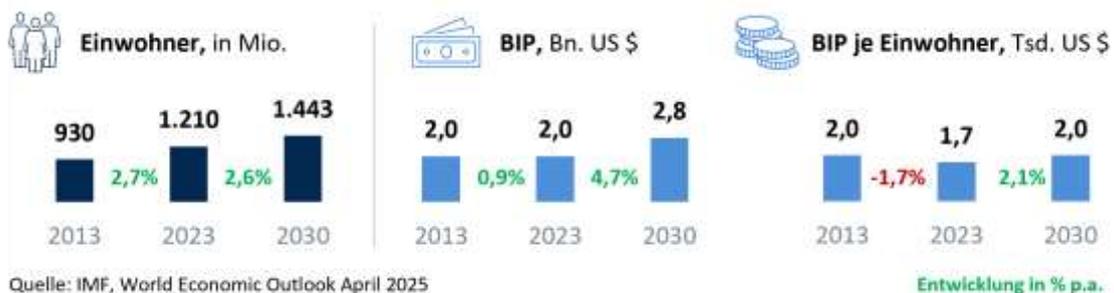


### 3.11 Subsahara-Afrika

Die Absatzregion Subsahara-Afrika liegt in der Regel weit entfernt vom Fokus der deutschen Exportwirtschaft. Gleichwohl hat die Region rund 1,2 Milliarden Einwohner. Die Wirtschaftsleistung lag im Jahr 2023 mit über zwei Billionen US-Dollar mehr als doppelt so hoch wie in Nordafrika und nur etwas niedriger als in der Region Russland und Zentralasien. Ein Hemmnis für den deutschen Exportsektor bildet das geringe Wohlstandsniveau. Das Bruttoinlandsprodukt von rund 1.700 US-Dollar je Einwohner ist das geringste unter allen betrachteten Regionen. Die Region besteht aus

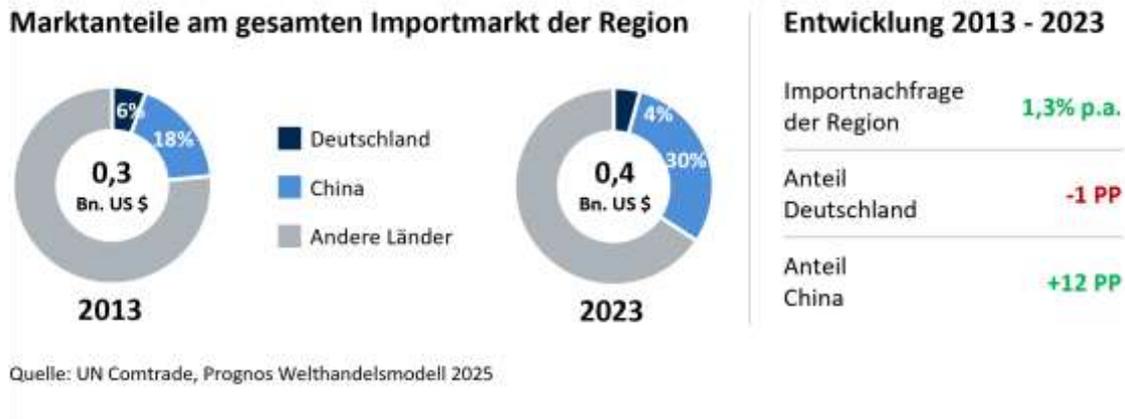
insgesamt 49 Staaten, die sich im Hinblick auf Größe, Entwicklung und außenwirtschaftlicher Verflechtung zum Teil sehr stark unterscheiden. Südafrika und Nigeria stellen mit einem Anteil von jeweils knapp 20 Prozent an der gesamten Wirtschaftsleistung der Region die beiden wirtschaftlichen Schwergewichte dar.

Die EU hat bisher kaum Freihandelsabkommen mit afrikanischen Ländern abgeschlossen. Entsprechend richtet sich der Handel in aller Regel an den Bestimmungen der Welthandelsorganisation aus. Das liegt auch daran, dass es auf afrikanischer Seite nur wenig Interesse gibt: Viele gehören zur Gruppe der am wenigsten entwickelten Länder, denen die EU einen zollfreien Zugang für viele Produkte zu ihrem Markt gewährt. Auch untereinander oder mit anderen Regionen weisen die Subsahara-Staaten eine nur geringe außenwirtschaftliche Offenheit auf. Obwohl zwischen China und der Subsahara-Afrika-Region kein Freihandelsabkommen existiert, lassen sich die Beziehungen als eng bezeichnen. Zurückzuführen ist dies auf das große Interesse Chinas, die Zusammenarbeit zu vertiefen, etwa in Form von Investitionstätigkeiten vor Ort. Vor allem die Bereiche Industrie, Landwirtschaft, Infrastruktur und Handel stehen hierbei im Fokus. Dies wird besonders deutlich durch den Kapitalbestand chinesischer Direktinvestitionen, der bis Ende 2024 in den Ländern der Subsahara-Afrika-Region auf etwa 108 Milliarden US-Dollar angewachsen ist. Die chinesische Exportwirtschaft profitiert damit von den umfangreichen, staatlichen Investitionsprogrammen in der Region.



### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Subsahara-Afrika gehört zu den Absatzregionen, in denen die chinesische Exportwirtschaft in den vergangenen Jahren massiv an Marktanteilen hinzugewinnen konnte: Zwischen 2013 und 2023 legte der Marktanteil von rund 18 Prozent auf rund 30 Prozent zu. Der deutsche Marktanteil ging im gleichen Zeitraum leicht von gut fünf Prozent auf rund vier Prozent zurück.

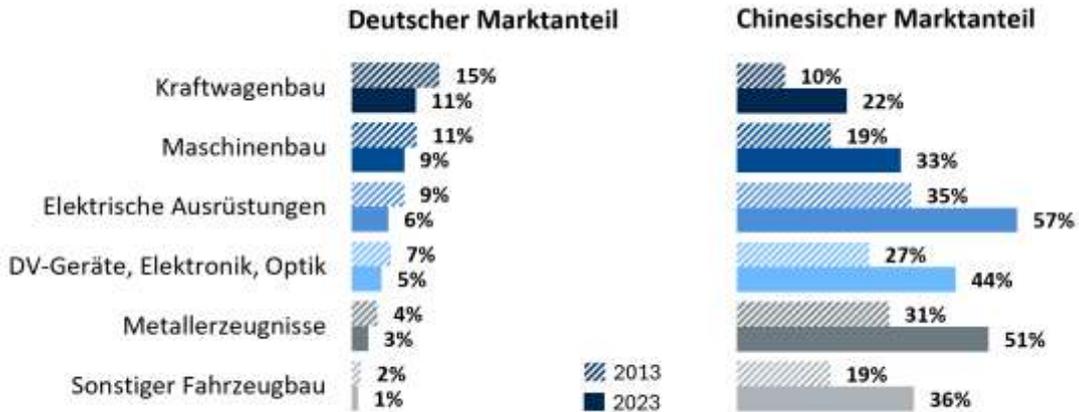


### Die Schlüsselbranchen im Fokus

Das Bild, welches sich für den gesamten Absatzmarkt der Subsahara gezeigt hat, findet sich auch in den betrachteten Schlüsselbranchen wieder. Während chinesische Marktanteile in den letzten Jahren zugenommen haben, sind die Anteile deutscher Unternehmen gesunken. Im Jahr 2013 konnten deutsche Hersteller 15 Prozent des Marktes in der Branche Kraftwagenbau für sich beanspruchen. Zehn Jahre später reduzierte sich dieser Anteil auf elf Prozent, der Marktanteil der chinesischen Konkurrenz ist in dem gleichen Zeitraum um zwölf Prozentpunkte auf 22 Prozent angestiegen.

Die Dominanz Chinas in den restlichen Schlüsselbranchen ist noch stärker. Mindestens jedes dritte Produkt der Branchen Maschinenbau und Sonstiger Fahrzeugbau stammt aus China. Im Fall der Branchen Metallerzeugnisse und Elektrische Erzeugnisse hat mehr als jedes zweite Produkt seinen Ursprung in China. Die Marktanteile deutscher Unternehmen haben hingegen branchenübergreifend abgenommen. Je größer die Anteile im Jahr 2013 waren, desto massiver fiel der Verlust der Marktanteile für deutsche Hersteller aus.

Der Wettbewerb in den einzelnen geografischen Regionen

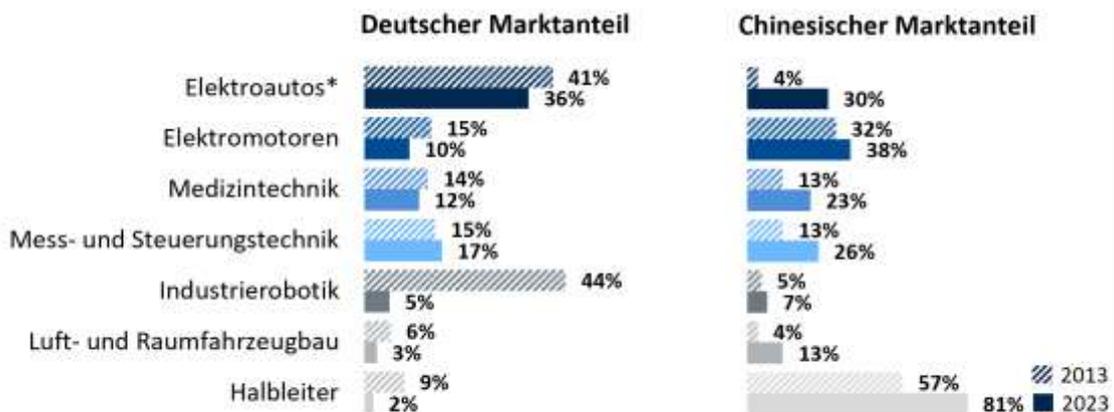


Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

Auch die Potenzialfelder zeigen eine Zunahme chinesischer Marktanteile, während deutsche Anteile – mit Ausnahme des Bereichs Mess- und Steuerungstechnik – abnehmen. Besonders stark ist der Rückgang deutscher Marktanteile in der Industrierobotik – von 44 Prozent auf fünf Prozent. Vor allem japanische Unternehmen haben hier in den letzten Jahren an Anteilen gewinnen können (18%). Die chinesische Konkurrenz erreicht im Jahr 2023 einen Marktanteil von sieben Prozent und damit Rang drei.

Im Bereich der Elektroautos befinden sich deutsche Hersteller – trotz leichter Verluste in den vergangenen Jahren – an erster Position der größten Importeure in der Region. Chinesische Produzenten konnten ihren Marktanteil von den vier Prozent im Jahr 2017 deutlich auf 30 Prozent im Jahr 2023 ausbauen. Die Ursache hierfür könnte vor allem in dem Rückgang südkoreanischer Marktanteile – 39 Prozent auf drei Prozent – liegen. Besonders dominant sind chinesische Unternehmen im Bereich Halbleiter. Bereits im Jahr 2013 machten chinesische Importe 57 Prozent des Marktes aus – zehn Jahre später sind es 81 Prozent. Zeitgleich sind die Anteile deutscher Unternehmen von neun Prozent auf zwei Prozent gesunken.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

**Chancen und Herausforderungen auf einen Blick**

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Region dürfte künftig leicht überdurchschnittlich wachsen</li> <li>- Das Wohlstandsniveau bleibt aber sehr niedrig</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- China konnte seine Marktpräsenz massiv steigern und hat mittlerweile eine dominante Marktstellung</li> <li>- Deutschlands Anteile sind leicht rückläufig</li> <li>- Bei Kraftwagen und Maschinen hat Deutschland trotz rückläufiger Tendenz noch eine stärkere Position</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Region ist stark zersplittert und verfügt über eine deutlich unterdurchschnittliche außenwirtschaftliche Offenheit</li> </ul>

**Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation**

Subsahara-Afrika wächst in den kommenden Jahren im globalen Vergleich leicht überdurchschnittlich, dürfte aber ein sehr schwieriger Absatzmarkt für den deutschen Exportsektor bleiben. Das Wohlstandsniveau bleibt gering und außenwirtschaftlich ist die Region stark zersplittert. Es ist davon auszugehen, dass sich die chinesischen Exportunternehmen auch künftig besser auf die spezifischen Marktbedingungen einstellen können und ihre Marktpräsenz weiter ausbauen.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz	✓		
 Entwicklungstrend	✓		
 Marktzugang	✓		

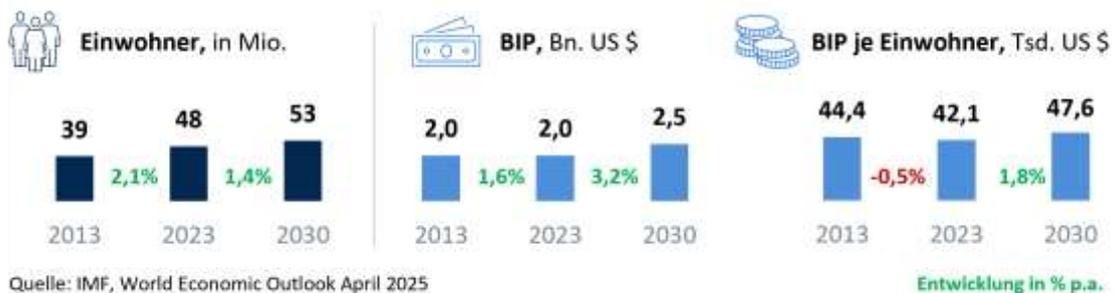
Deutschland hat relativ stabile Marktanteile, aber die Marktpräsenz Chinas ist mittlerweile dominant geworden, was die Marktbearbeitung künftig noch schwieriger machen dürfte.



### 3.12 Australien und Ozeanien

Australien und Ozeanien ist gemessen an der Bevölkerung die kleinste betrachtete Absatzregion, zeichnet sich jedoch mit einem durchschnittlichen Bruttoinlandsprodukt je Einwohner von rund 42.100 US-Dollar durch ein hohes Wohlstandsniveau aus. Historisch und kulturell sind insbesondere die beiden größeren Länder Australien und Neuseeland westlich geprägt. Außenwirtschaftlich ist die Region jedoch mittlerweile sehr eng mit Asien verflochten.

Im vergangenen Jahr trat das Freihandelsabkommen zwischen der EU und Neuseeland in Kraft, wodurch sukzessive zahlreiche tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse entfallen. Die parallel stattfindenden Verhandlungen mit dem deutlich größeren Australien scheiterten jedoch bislang. China hat hingegen sowohl mit Neuseeland als auch mit Australien ein Freihandelsabkommen abgeschlossen. Zudem sind alle drei Länder Teil der RCEP, der weltweit größten Freihandelszone. Damit genießen die chinesischen Exporteure einen spürbar besseren Marktzugang als ihre deutsche Konkurrenz. Zudem verfügt China über ein separates Freihandelsabkommen mit Neuseeland, welches im Jahr 2022 reformiert wurde – aktuell ist China Neuseelands größter Handelspartner. Auch zwischen Australien und China existiert seit 2014 ein Handelsabkommen, welches eine Intensivierung der Handelsbeziehungen mit sich brachte.



#### Wettbewerbsposition mit China insgesamt

Der deutsche Marktanteil liegt bei rund fünf Prozent und hat in den vergangenen zehn Jahren leicht abgenommen. China hat hingegen seine Marktpräsenz massiv ausgeweitet und deckt mittlerweile weit mehr als ein Viertel des gesamten Importbedarfs der Region ab.

**Marktanteile am gesamten Importmarkt der Region**



Quelle: UN Comtrade, Prognos Welthandelsmodell 2025

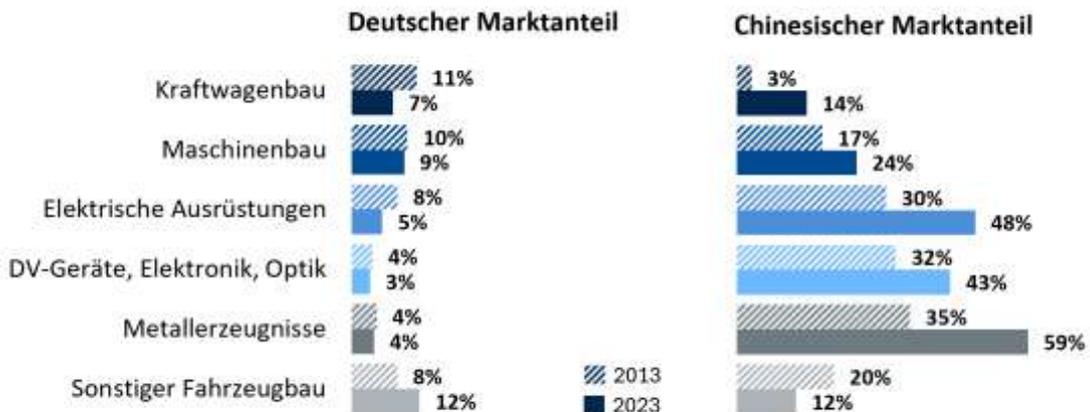
**Entwicklung 2013 - 2023**

Importnachfrage der Region	2,5% p.a.
Anteil Deutschland	-1 PP
Anteil China	+9 PP

**Die Schlüsselbranchen im Fokus**

Für den Absatzmarkt Australien und Ozeanien lässt sich feststellen, dass chinesische Marktanteile branchenübergreifend zugelegt haben, während die Anteile deutscher Unternehmen abgenommen haben. Eine Ausnahme bildet die Branche Sonstiger Fahrzeugbau. Hier ist das Bild genau umgekehrt – deutsche Marktanteile haben zugenommen, während chinesische gesunken sind.

In allen anderen Branchen ist die Dominanz Chinas deutlich zu erkennen. Im Jahr 2013 konnten deutsche Unternehmen elf Prozent des Marktes in der Branche Kraftwagenbau für sich beanspruchen, zehn Jahre später schrumpften diese auf sieben Prozent. Die chinesische Konkurrenz konnte im gleichen Zeitraum ihre Marktanteile auf 14 Prozent steigern. Die Branche Metallerezeugnisse dominieren chinesische Unternehmen mit einem Marktanteil von etwa 60 Prozent. Die deutschen Anteile blieben konstant bei vier Prozent. Auch in der Branche Elektrische Ausrüstungen stammt etwa jedes zweite Produkt aus China, während deutsche Unternehmen fünf Prozent des Marktes bedienen.

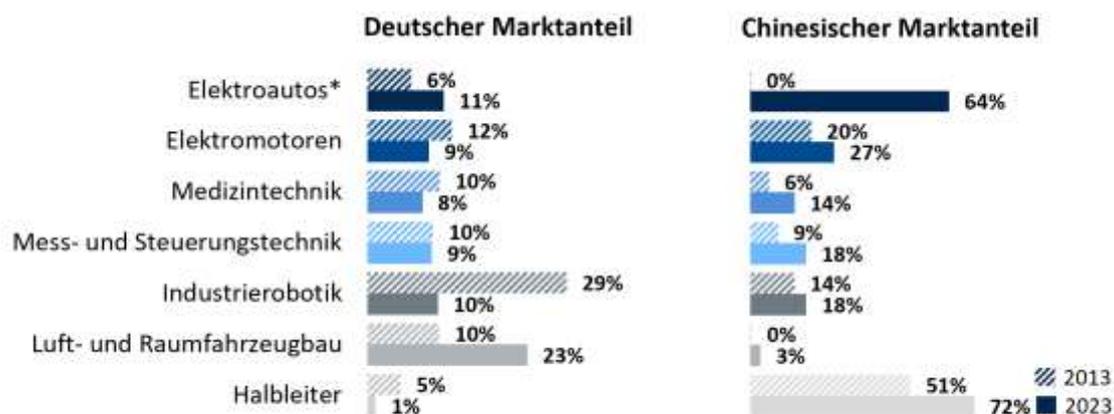


Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

### Ein Blick auf den Wettbewerb bei ausgewählten Potenzialfeldern

In den ausgewählten Potenzialfeldern haben chinesische Unternehmen deutliche Zugewinne innerhalb der letzten Jahre machen können. Am auffälligsten sind diese im Bereich der Elektroautos – 64 Prozent stammen mittlerweile aus China, fünf Jahre zuvor waren es 0,3 Prozent. Auch deutsche Unternehmen konnten Marktanteile gewinnen und liegen nun mit elf Prozent Marktanteil auf Rang zwei der größten Importeure in diesem Bereich. Ebenfalls auf Rang zwei liegen deutsche Importeure im Luft- und Raumfahrzeugbau. Hier hat vor allem die starke Reduktion französischer Marktanteile – von 44 Prozent auf zwei Prozent – neue Potenziale ermöglicht.

Besonders stark sind die Verluste deutscher Marktanteile in der Industrierobotik. Hier verschlechterten sich deutsche Unternehmen von 29 Prozent auf zehn Prozent Marktanteil. Die chinesische Konkurrenz konnte ihren Anteil auf 18 Prozent steigern und erreicht damit den ersten Rang als größter Importeur. Das Potenzialfeld, in dem chinesische Unternehmen am dominantesten sind ist das der Halbleiter. Bereits im Jahr 2013 stammte jedes zweite Produkt dieses Bereichs aus China. Zehn Jahre später sind beanspruchen chinesische Hersteller 72 Prozent des Marktes für sich.



Quelle: Prognos Welthandelsmodell 2025

\*bei Elektroautos bezieht sich der erste Wert auf das Jahr 2017

**Chancen und Herausforderungen auf einen Blick**

Entwicklung der Region	Wettbewerb mit China	Marktzugang
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Das BIP je Einwohner gehört zu den höchsten weltweit</li> <li>– In den kommenden Jahren dürfte die Region – wie bereits in der Vergangenheit – nur unterdurchschnittlich wachsen</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– China konnte seine Marktanteile deutlich steigern</li> <li>– Deutschlands Marktanteile blieben in den vergangenen Jahren stabil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Deutsche Exporteure haben nur zu Neuseeland einen guten Marktzugang, mit Australien besteht kein Freihandelsabkommen</li> <li>– China hat aufgrund der bilateralen Freihandelsabkommen und seiner Mitgliedschaft im RCEP einen guten Marktzugang und damit einen wichtigen Wettbewerbsvorteil</li> </ul>

**Bewertung der künftigen Entwicklung der Wettbewerbssituation**

Die Region Australien und Ozeanien verfügt über ein hohes Wohlstandsniveau, ist kulturell westlich geprägt und damit grundsätzlich ein attraktiver Absatzmarkt für den deutschen Exportsektor. Gleichwohl konnte Deutschland seine Marktanteile allenfalls auf einem stabilen Niveau halten, während China seine Marktpräsenz massiv erhöhte. So lange es kein EU-Freihandelsabkommen mit Australien gibt, das dem deutschen Exportsektor einen ähnlich guten Marktzugang gewährt wie den Unternehmen aus China, dürfte sich dieser Trend nicht umkehren lassen.

	 China	 Gleichrangig	 Deutschland
 Marktpräsenz	<input checked="" type="checkbox"/>		
 Entwicklungstrend	<input checked="" type="checkbox"/>		
 Marktzugang	<input checked="" type="checkbox"/>		

Die Region ist ein sehr attraktiver Markt. Doch bislang kann China seine Stärken – sehr hohe Marktpräsenz und guten Marktzugang – voll ausspielen. Eine Trendumkehr ist nur mit einem Freihandelsabkommen realistisch.



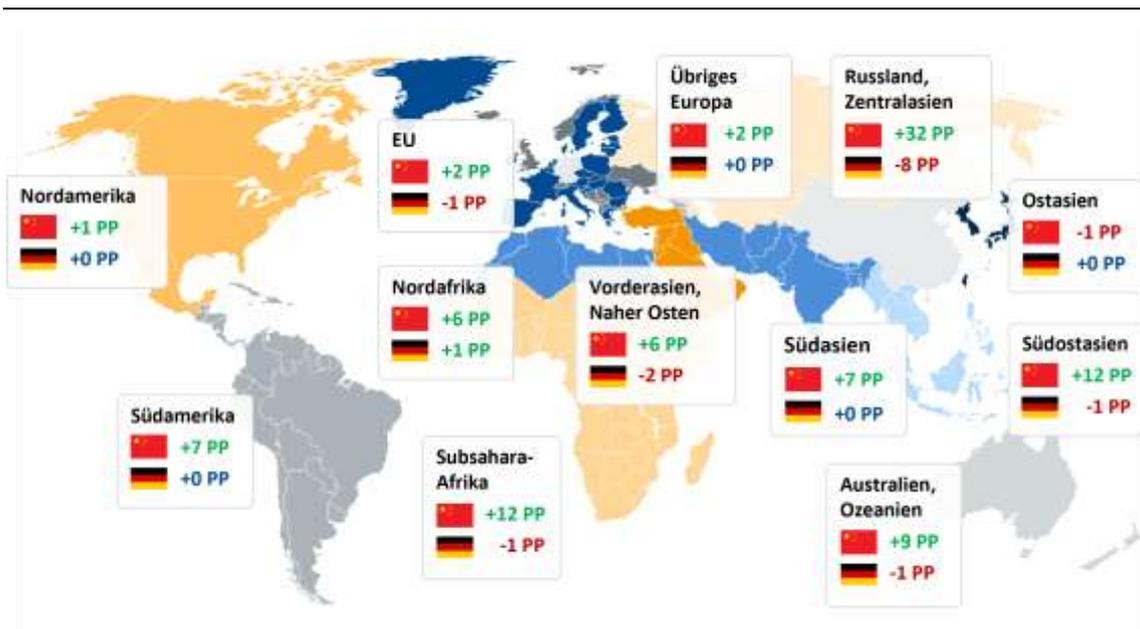
In fast allen betrachteten Regionen konnte China in den vergangenen Jahren seine Marktanteile erhöhen. Vergleichsweise gering fallen die chinesischen Zuwächse in Europa und Nordamerika aus (Abbildung 8). Deutlich größere Zuwächse erzielte China in den von Schwellenländern geprägten Regionen des „globalen Südens“. Besonders hoch sind die Zuwachsraten in Russland, wo der chinesische Exportsektor vom Rückzug der westlichen Unternehmen profitierte.

Einen gewissen Sonderfall bilden zwei Industrieland-Regionen: In Australien und Ozeanien erhöhte China seine Marktpräsenz – anders als auf den übrigen wohlhabenden Absatzmärkten – massiv. Ostasien ist hingegen die einzige Region, die einen leichten Rückgang des chinesischen Anteilswert verzeichnet. In Nordamerika liegt zwar der chinesische Anteilswert im Jahr 2023 leicht über dem Wert aus dem Jahr 2013. In der jüngeren Vergangenheit ist aber der chinesische Marktanteil von 19 Prozent im Jahr 2019 auf zuletzt 16 Prozent zurückgegangen.

Deutschland konnte seine Marktanteile nur in Nordafrika steigern. Gleichwohl sind auch – abgesehen vom russischen Markt – keine bzw. geringe Verluste zu verzeichnen. Dies bedeutet, dass in den meisten Absatzmarktregionen die chinesischen Anteilsgewinne kaum zulasten des deutschen Exportsektors gingen. Dies gilt zumindest für die deutschen Marktanteile insgesamt. Auf Ebene einzelner Branchen oder Potenzialfelder gibt es auch Bereiche, in denen der deutsche Exportsektor deutlicher zugunsten von China verloren hat.

Abbildung 8

Veränderung der Importmarktanteile Deutschlands und Chinas in den Regionen zwischen 2013 und 2023, in Prozentpunkten



Quelle: Eigene Darstellung Prognos 2025

Die betrachteten Regionen sind sehr heterogen und die jeweiligen Rahmenbedingungen sehr unterschiedlich. Die Entwicklung der jeweiligen Wettbewerbsposition Deutschlands im Vergleich zu China lässt sich daher nur schwer mit wenigen, klaren Zusammenhängen erläutern. Gleichwohl lassen sich verschiedene, regionenübergreifende Erklärungsmuster finden.

Von entscheidender Bedeutung ist ein **guter Marktzugang**, so dass das Auslandsgeschäft nicht durch tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse ausgebremst wird. Der große Einfluss des Marktzugangs zeigt sich v. a. in Regionen, zu denen Deutschland und China unterschiedlich guten Zugang haben. So konnte China insbesondere in Südostasien und Australien und Ozeanien Marktanteile hinzugewinnen – in zwei Regionen, mit denen aus chinesischer Perspektive mittels Freihandelsabkommen der bilaterale Handel erheblich vereinfacht wurde. EU-Freihandelsabkommen in diesen Regionen gibt es nur sehr wenige und der deutsche Exportsektor hat spürbar an Marktanteilen verloren. Anders in Europa: Hier konnte Deutschland seine sehr hohen Marktanteile verteidigen, China konnte nur in geringem Umfang hinzugewinnen.

Darüber hinaus hat der Faktor **Geopolitik** in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen. Die Wirkmächtigkeit einer Eskalation geopolitischer Spannungen zeigt sich besonders eindrucksvoll in der Entwicklung der Region Russland und Zentralasien: Innerhalb einer sehr geringen Zeitspanne hat China weite Teile des russischen Absatzmarkts übernommen und damit die teils über Jahrzehnte gewachsene, historische Marktpräsenz u. a. der deutschen Exportwirtschaft übernommen. Aber auch in Nordamerika ist der Einfluss der geopolitischen Rivalität zwischen den USA und China zu sehen: Seit einigen Jahren ist der chinesische Marktanteil am US-amerikanischen Importmarkt deutlich rückläufig.

Andere Faktoren sind wenig überraschend. So profitieren die jeweiligen Exportsektoren von **geografischer Nähe**. Deutschlands Marktpräsenz etwa ist außerhalb Europas in Nordafrika sowie in Vorderasien und dem Nahen Osten am größten. China hat hingegen in Ostasien und Südostasien seine höchsten Importmarktanteile.

Zudem ist das Produktportfolio des deutschen Exportsektors eher auf die Nachfrage in anderen hoch entwickelten Volkswirtschaften ausgerichtet. In Regionen mit einem besonders niedrigen Pro-Kopf-Einkommen sind die deutschen Importmarktanteile am niedrigsten. Chinesische Unternehmen profitieren hingegen davon, dass ihr **Heimatmarkt eine ähnliche Nachfragestruktur** aufweist wie viele Absatzmärkte des globalen Südens. So konnte China seine Marktanteile in den Schwellenland-Regionen deutlich stärker steigern als in den hochentwickelten Regionen – eine Ausnahme bilden lediglich Australien und Neuseeland.

## 4.2 Abschätzung der künftigen Entwicklung in den einzelnen Regionen

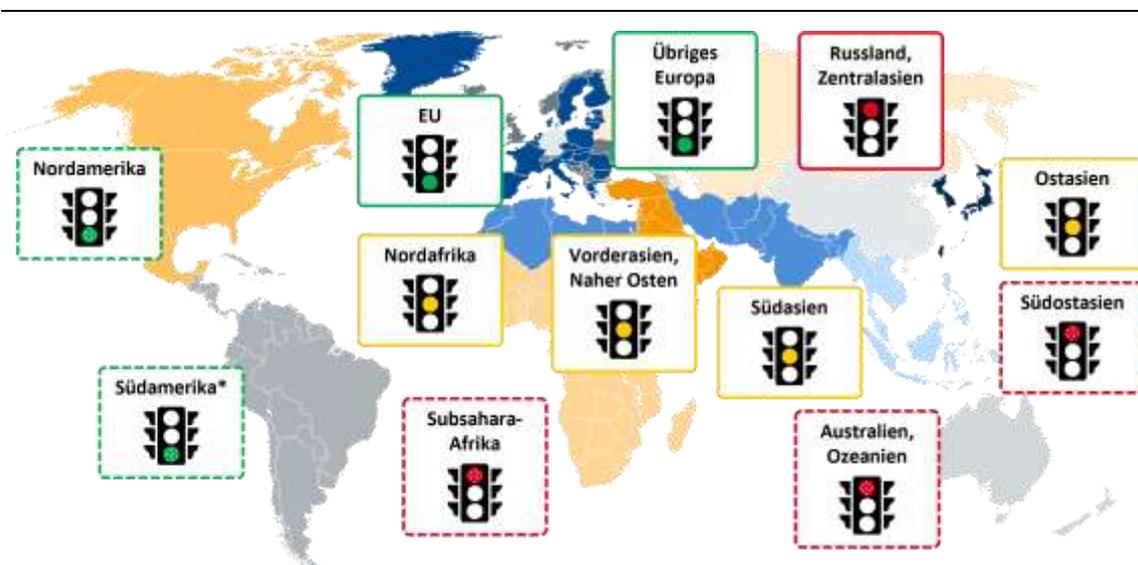
Die zwölf betrachteten Absatzmarktregionen sind sehr heterogen. Im Hinblick auf bestimmte Entwicklungen und ausgewählte Kriterien gibt es zwar einige Gemeinsamkeiten, insgesamt überwiegen jedoch die Unterschiede. Dies gilt sowohl im Hinblick auf das makroökonomische Umfeld, zu dem etwa das Wohlstandsniveau, die wirtschaftliche Dynamik, die außenwirtschaftliche Offenheit oder die geografische Ausrichtung der Import- und Exportverflechtungen gehören. Dies gilt auch für andere Faktoren, etwa die geografische und kulturelle Nähe der Regionen zueinander oder deren geopolitische Ausrichtung.

Gleichwohl lassen sich die Regionen – vereinfachend – im Hinblick auf deren Potenziale für den deutschen und bayerischen Exportsektor clustern.

- Im ersten Cluster sind solche Regionen zusammengefasst, in denen der heimische Exportsektor auch künftig eine **sehr gute Ausgangsposition** hat, um sein Auslandsgeschäft weiterzuentwickeln. Dazu gehören die Europäische Union und das übrige Europa. Hier profitiert Deutschland insbesondere von seiner sehr starken Marktpräsenz und dem sehr guten Marktzugang (Abbildung 8, grün markiert).

Abbildung 8

Vereinfachte Clusterung der zwölf Absatzregionen im Hinblick auf ihre künftigen Potenziale als Absatzmarkt für den deutschen Exportsektor



Quelle: Eigene Darstellung Prognos 2025

\*Annahme: EU-Mercosur-Abkommen tritt in Kraft

- Dahinter folgt ein Cluster, in denen der deutsche Exportsektor in den kommenden Jahren – im Vergleich zu seinen chinesischen Wettbewerbern – einen kleinen, dennoch spürbaren Wettbewerbsvorteil und damit eine **gute Ausgangsposition** haben könnte

(Abbildung 8, grün gestrichelt). Dazu gehört zum einen Nordamerika. Die geopolitische Rivalität zwischen den USA und China dürfte dazu führen, dass chinesische Importwaren im Vergleich zu deutschen Importwaren überdurchschnittlich stark von Strafzöllen betroffen sein dürften – ein relativer Vorteil für Deutschland. Unter der Annahme, dass das EU-Mercosur-Freihandelsabkommen tatsächlich in Kraft tritt, gilt das auch für Südamerika: Die Europäer – und damit auch die deutschen Exporteure – hätten dann einen besseren Marktzugang als ihre chinesischen Wettbewerber.

- Zum dritten Cluster gehören die strukturell sehr unterschiedlichen Regionen Nordafrika, Vorderasien und Naher Osten, Südasien und Ostasien. Hier verfügt der deutsche Exportsektor sowohl über Stärken und Vorteile als auch über Schwächen und Nachteile gegenüber dem chinesischen Wettbewerb. Damit weist er eine **neutrale Ausgangsposition** auf (Abbildung 8, gelb markiert). So profitieren die deutschen Exporteure in Nordafrika und in der Region Vorderasien und Naher Osten von der geografischen Nähe und einer vergleichsweise starken Marktpräsenz, die sie zumindest in Nordafrika in den letzten Jahren sogar leicht ausbauen konnten. Sowohl in Südasien als auch in Ostasien sind die deutschen Marktanteile hingegen gering. Hier könnte der deutsche Exportsektor jedoch perspektivisch davon profitieren, dass viele Länder aus den beiden Regionen der Weltmacht China geopolitisch distanziert gegenüberstehen. Dies ist z. B. bei Indien, Japan und Südkorea der Fall. In der Folge wollen diese Länder u. a. ihre stark nach China ausgerichteten Beschaffungsstrukturen diversifizieren. Zwar starteten etwa Japan und Südkorea als unmittelbare Reaktion auf die von Trump verhängten Einfuhrzölle Gespräche mit China zum Abbau von Handelshemmnissen. Das dürfte aber das mittel- und langfristige Bestreben dieser Länder, sich unabhängiger von China aufzustellen, nicht beenden.
- Im vierten Cluster sieht sich der deutsche Exportsektor auch künftig **schwierigen Rahmenbedingungen** gegenüber, um sich gegen die starke chinesische Konkurrenz zu behaupten: In Südostasien, Australien und Ozeanien sowie in Subsahara-Afrika hat China mittlerweile eine sehr dominante Marktstellung und profitiert darüber hinaus von einem im Vergleich zu Deutschland deutlich besseren Marktzugang. Mit den Ländern Südostasiens sowie Australien und Ozeaniens ist China mit Freihandelsabkommen verbunden, der Marktzugang in Subsahara-Afrika ist für chinesische Firmen u. a. aufgrund der staatlich initiierten Investitionsprogramme besser.
- Die Region Russland und Zentralasien bildet einen Sonderfall: Aufgrund der EU-Sanktionen gegenüber Russland ist für deutsche Unternehmen der **Marktzugang** nach Russland **größtenteils versperrt**. Chinesische Unternehmen haben große Teile des Geschäfts übernommen. Chancen bieten sich hier lediglich auf den kleineren zentralasiatischen Absatzmärkten, auf denen China jedoch ebenfalls eine starke Marktpräsenz aufweist.

## 5 Fazit

### China ist ein sehr starker, aber kein übermächtiger Wettbewerber

China hat in den vergangenen Jahren seine Marktanteile auf dem Weltmarkt deutlich ausbauen können. Mittlerweile hat der chinesische Exportsektor in sämtlichen Regionen weltweit eine starke Marktpräsenz. Lediglich in Europa bewegen sich die chinesischen Importmarktanteile noch im einstelligen Bereich – hier ist Deutschland nach wie vor deutlich stärker präsent als China.

Darüber hinaus zeigt die Analyse, dass China in allen Regionen weltweit mittlerweile eine breite Produktpalette bedient. In allen betrachteten Warengruppen auf Ebene der wichtigsten bayerischen Exportbranchen ist China ein wichtiger Player auf dem Weltmarkt. Das gilt auch für den Kraftwagenbau, bei denen China noch vor zehn Jahren eine untergeordnete Rolle spielte. Auch im Bereich der analysierten Potenzialfelder – diese umfassen Produkte, die für die Zukunft des bayerischen Exportsektors besonders vielversprechend sind – ist China mittlerweile gut vertreten. Lediglich in einzelnen Bereichen wie dem Luft- und Raumfahrzeugbau stellen chinesische Unternehmen auf dem Weltmarkt (noch) keine große Konkurrenz dar.

Perspektivisch ist davon auszugehen, dass sich der heimische Exportsektor auf Drittmärkten auf eine noch stärkere Konkurrenz aus China einstellen muss. Das liegt zum einen am nach wie vor rasanten chinesischen Aufhol- und Innovationstempo. Zum anderen wirkt die Abkehr der USA vom Freihandel als Beschleuniger dieser Entwicklung: Künftig dürfte die US-amerikanische Importnachfrage zurückgehen, was zu chinesischen Ausweichbewegungen auf andere Importmärkte führen dürfte und den dortigen Wettbewerbsdruck anheizen dürfte.

Trotz des künftig steigenden Wettbewerbsdrucks befindet sich der deutsche Exportsektor in einigen Absatzregionen in einer guten Ausgangsposition, sich auch künftig gegenüber der chinesischen Konkurrenz zu behaupten. Das gilt vor allem für die europäischen Absatzregionen, mit Abstrichen auch für Nord- und Südamerika. Auch in zahlreichen weiteren Regionen kann der deutsche Exportsektor wachsen, sieht sich jedoch einem stärkeren chinesischen Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Dies gilt für Nordafrika, die Region Vorderasien und Naher Osten, Südasiens und Ostasiens. In einer weiteren Ländergruppe finden die chinesischen Exportunternehmen im Vergleich zum deutschen Exportsektor bessere Rahmenbedingungen vor – insbesondere im Hinblick auf den Marktzugang und die aktuelle Marktpräsenz –, sodass es für deutsche Exporteure schwer wird, Marktanteile zu gewinnen.

Die unterschiedliche Entwicklung in den einzelnen Absatzmarktregionen zeigt auch, welche Faktoren dem deutschen Exportsektor im Wettbewerb mit China helfen und welche ihn bremsen. Besonders erfolgreich sind die heimischen Exportunternehmen in solchen Regionen, in denen sie über einen guten – und im Idealfall sogar besseren – Marktzugang als China verfügen. Sie haben in solchen Branchen und Potenzialfeldern die höchsten

## Fazit

Marktanteile, in denen sie technologisch führende, qualitativ hochwertige Produkte anbieten, etwa bei Kraftwagen, Maschinen, Luft- und Raumfahrzeugen oder Elektroautos.

So dürfte der chinesische Wettbewerb in den kommenden Jahren zwar zunehmen. Doch es gilt: China ist zwar ein starker, aber kein übermächtiger Wettbewerber. Unternehmen und Politik haben eine belastbare Ausgangsposition, um die Voraussetzungen für einen auch künftig gegen China wettbewerbsfähigen heimischen Exportsektor zu schaffen. Die Unternehmen des deutschen und bayerischen Exportsektors sind gefordert, solche Produktkategorien weiterzuentwickeln, die künftig auf den wohlhabenden und den weniger entwickelten Absatzmärkten besonders stark nachgefragt werden. Die Politik kann die außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen verbessern, indem es den Marktzugang durch den Abschluss neuer und die Vertiefung bestehender Freihandelsabkommen erfolgreich vorantreibt.

## Ansprechpartner/Impressum

---

### Volker Leinweber

Volks- und Außenwirtschaft

Telefon 089-551 78-133  
[volker.leinweber@vbw-bayern.de](mailto:volker.leinweber@vbw-bayern.de)

### Tatjana Vargas

Volks- und Außenwirtschaft

Telefon 089-551 78-442  
[tatjana.vargas@vbw-bayern.de](mailto:tatjana.vargas@vbw-bayern.de)

## Impressum

Alle Angaben dieser Publikation beziehen sich ohne jede Diskriminierungsabsicht grundsätzlich auf alle Geschlechter.

### Herausgeber

**vbw**

Vereinigung der Bayerischen  
Wirtschaft e. V.

Max-Joseph-Straße 5  
80333 München

[www.vbw-bayern.de](http://www.vbw-bayern.de)

### Weitere Beteiligte

Prognos AG  
Johann Weiß

089 95 41 586-705  
[johann.weiss@prognos.com](mailto:johann.weiss@prognos.com)

Eva Willer

089 95 41 586-715  
[eva.willer@prognos.com](mailto:eva.willer@prognos.com)