

Neue Zürcher Zeitung

Chinesen mögen die Schweiz

China als Innovationspartner

Die Schweiz braucht eine China-Strategie. Das Freihandelsabkommen zwischen China und der Schweiz ist Einladung für einen Entwicklungsprozess.

Gastkommentar von **Ruedi Nützi**, 15.3.2016, 05:30 Uhr



In der Schweiz hat der Handel mit China wesentlich stärker zugenommen als derjenige mit anderen Ländern. (Bild: Imago)

Der angekündigte Verkauf von Syngenta an ein chinesisches Staatsunternehmen hat für viel Aufmerksamkeit gesorgt. Von «Ausverkauf der Schweizer Wirtschaft» ist die Rede, von der «neuen Grossmacht des 21. Jahrhunderts» auch. In der Tat sind einige Fakten zu China äusserst beeindruckend: Hinter den USA ist das Reich der Mitte die zweitgrösste Volkswirtschaft der Welt. Und sie wird den derzeitigen Spitzenreiter schon in wenigen Jahren überflügelt haben.

In der Schweiz hat der Handel mit China wesentlich stärker zugenommen als derjenige mit anderen Ländern: China ist nach der EU und den USA inzwischen der dritt wichtigste Handelspartner. 600 Schweizer Firmen sind in China vor Ort vertreten; gleichzeitig werden Schweizer Unternehmen wie Eterna, Saurer, Swissmetal, Swissport oder Teile von OC Oerlikon an chinesische Investoren verkauft; 70 bis 80 chinesische Firmen sind in der Schweiz tätig.

Die Reaktionen in der Schweiz auf diese Entwicklungen fallen sehr unterschiedlich aus. Bundesrat Johann Schneider-Ammann nennt den Verkauf der Syngenta einen «guten Deal». Kommentatoren und Politiker hingegen raten zu «mehr Misstrauen» gegenüber China. Zwischen dem Glauben an die Marktkräfte und dem Schüren von Emotionen gibt es aus meiner Sicht einen dritten Weg: den der ständigen Auseinandersetzung mit China.

Dieser Prozess umfasst erstens ein Bewusstsein der eigenen Stärke. China ist für einen Vergleich bestens geeignet, weil es so ganz anders ist. Teil der Auseinandersetzung mit China müssen zweitens ein fundiertes Wissen zu China und eine Aktualisierung der eigenen Wahrnehmungen sein. Und drittens braucht es für die Auseinandersetzung mit der Weltmacht China eine nationale Strategie. Das Freihandelsabkommen reicht dazu bei weitem nicht. Ich plädiere deshalb für einen offenen und ständigen Dialog.

Neue Zürcher Zeitung

Das Ziel ist klar: Wir agieren und verhandeln aus einer Position der Stärke unter Einbezug der Gemeinsamkeiten und der Unterschiede zwischen der Schweiz und China. Dabei gilt es unter anderem folgende Annahmen zu korrigieren:

- ▶ Der Westen innoviert, China kopiert und produziert: China ist gleichzeitig Entwicklungsland, Schwellenland – manchmal aber auch moderner als die USA oder die Schweiz. Es gilt, China nicht in erster Linie als Absatzmarkt oder als Produzent wahrzunehmen, sondern als Innovationspartner.
- ▶ China ist weit weg: Der Einfluss Chinas auf die Weltwirtschaft und insgesamt auf die globale Entwicklung ist enorm. Wenn China sich in dem Tempo weiterentwickelt wie bis anhin, haben wir die Fitness der Schweiz deutlich zu steigern.
- ▶ Die Schweiz liegt mittendrin: China wird zum Zentrum der Welt des 21. Jahrhunderts. Europa und die Schweiz werden künftig in der Rolle des Aussenseiters agieren müssen.
- ▶ Chinesen mögen die Schweiz: Die Schweiz bietet für die Chinesen guten Anschauungsunterricht in Sachen Wettbewerbsfähigkeit oder Bildung. Für eine bevorzugte Stellung in China fehlt es aber an echtem Interesse am Austausch mit der chinesischen Geschichte, Kultur, Gesellschaft.
- ▶ Der chinesische Markt ist riesig, und die Schweizer Produkte sind top. Das verspricht Erfolg: Tatsache ist, dass viele Schweizer Firmen harte Anfangsjahre in China hinter sich haben. Und die Herausforderungen werden grösser. Die Frage lautet nicht mehr: Wie komme ich auf den chinesischen Markt? Die Herausforderung besteht darin, dort zu bestehen.
- ▶ China will gewinnen, wir verlieren: Diese Haltung drängt uns in die Defensive. Tatsache ist, dass wir in einer Wissensgesellschaft leben. Innovationen entstehen im Austausch; Kreativität ist unbegrenzt. Es geht also nicht um das grösste Stück vom Kuchen, es geht darum, neue, andere Kuchen gemeinsam mit China zu backen.
- ▶ China ist undurchsichtig, China ist wie die chinesische Sprache – schwer zugänglich: Vieles erschliesst sich erst aus dem Kontext. Diese sogenannte Undurchsichtigkeit hat aber auch mit unserer eigenen Perspektive zu tun. Wir gehen gerade Wege und steuern ein Ziel an. Chinesen sind flexibel, sehen viele Wege für ein Ziel. Sie gehen aber vor allem voran. Diese «adaptive strategy» ist in der heutigen Zeit ein Vorzug.

Die Liste ist unvollständig. Ich wünsche mir einen unvoreingenommenen, permanenten Diskurs in der Schweizer Öffentlichkeit unter Einbezug von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – und unter Einbezug von chinesischen Partnern. Die Schweiz braucht zudem eine China-Strategie. Das Freihandelsabkommen zwischen China und der Schweiz ist seinerseits kein Vertrag, sondern eine Einladung zu einem Entwicklungsprozess. Wir müssen diese Einladung annehmen und ausweiten. Zum Beispiel mit einem regelmässigen runden Tisch zu China. Ruedi Nützi ist Direktor der Hochschule für Wirtschaft FHNW, die ein breitgefächertes Kooperationsnetz mit chinesischen Partnern unterhält.