

Ein Businessknigge für China

(Stand: Februar 2005)

Von Kerstin Berkemeier
Sinologin MA

Wilfried Scholz
Unternehmensberatung



Personalentwicklung
Organisationsentwicklung
Projektmanagement
Am Markt 11
41515 Grevenbroich

Tel.: 02181-2 13 58 98
Fax: 02181-2 13 59 01
Mobil: 0160-4 61 78 33
www.wilfriedscholz.de



Inhaltsangabe

1. Die „Do’s and Don’ts“ bei der Begrüßung	4
2. Smalltalk	5
3. Kommunikation	6
4. Hierarchie.....	6
5. Verhandlungen.....	7
6. Die „Do’s and Don’ts“ im Alltag.....	8
7. Zuhören.....	9
8. Zeitplanung	9
9. Geschäftsessen	10
10. Gastgeschenke.....	11
11. Nützliche Tipps	12



Prä Skriptum: Was im Titel so einfach klingt, verbirgt den bekannten Teufel meist im Detail. Aus diesem Grund erhebt der vorliegende ‚Chinaknigge‘ ganz sicher keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Universalität. Er ist vielmehr eine (durchaus beabsichtigte) verallgemeinernde Aussage über die chinesische Geschäftskultur und soll darum lediglich als Anregung dienen, sich über die Präsentation des eigenen Unternehmens in China oder den Empfang chinesischer Geschäftspartner tiefer gehende Gedanken zu machen als man es gemeinhin zu tun pflegt, wenn sich Gäste aus dem benachbarten Bundesland angekündigt haben.

Und wenn bestimmte Punkte dem interessierten Leser mitunter zu extrem, zu übertrieben dargestellt scheinen, so erklärt sich das vor allem dadurch, dass hier die (nach wie vor zahlreichen) Unterschiede zwischen deutscher und chinesischer Kultur so deutlich wie möglich hervorgehoben werden sollen. Es gibt sie, und mitunter sind sie derart augenfällig, dass es mir lohnenswert erscheint, sie sich vor dem Eintritt in diesen fremden Kultur- und Wirtschaftskreis zu vergegenwärtigen.

Selbstverständlich haben sich unsere Kulturen aufgrund der Globalisierung einander auch angenähert; durch Misch-Ehen und mehrjährige Auslandsaufenthalte, nicht zuletzt auch durch die modernen Medien und eben auch durch eine immer engere wirtschaftliche Vernetzung wird es wohl immer mehr zu einer Verschmelzung der Kulturen kommen. Nach wie vor aber lassen Kenntnisse über in der Tat bestehende kulturelle Unterschiede und Besonderheiten - weit über den Wettbewerbsvorteil hinaus - auch den Respekt deutlich werden, den man seinen Geschäftspartnern entgegenbringt.

Stellen wir uns nun Folgendes vor: Ihnen steht ein Geschäftstermin in China bevor. Ihr erster. Und als wäre das nicht schon Herausforderung genug, besuchen Sie das Land überhaupt zum ersten Mal. In der Regel bedeutet das, dass Ihnen nicht nur der ‚chinesische Stil‘, Geschäfte zu machen und Meetings durchzuführen, größtenteils unbekannt sein dürfte. Es gilt nun auch, die überall lauernnden interkulturellen Fettnäpfchen im Alltag elegant zu umgehen und sich bestmöglich auf die dortigen Kulturstandards einzulassen und vorzubereiten.

Schon Ihre Ankunft kann ein erstes Markenzeichen Ihres Unternehmens sein und somit die Vorzeichen setzen für den weiteren Verlauf der Gespräche.

Also: Ihr Flugzeug landet, und Ihnen begegnen direkt am Flughafen die ersten chinesischen Geschäftspartner. Wie verhalten Sie sich?

Zunächst sollten Sie wissen, dass das chinesische Volk stark gemeinschaftsorientiert ist. Es ist also sehr wahrscheinlich, dass Ihre Gesprächspartner als Gruppe auftreten werden. Auch Sie sollten besser nicht alleine nach China fliegen, sondern eher im Rahmen einer größeren Delegation aus dem Flugzeug steigen. Bei einem eventuellen Gegenbesuch ist zu beachten, dass auch Sie ihre Gäste so früh wie möglich, bestenfalls am Flughafen, persönlich oder durch Vertreter begrüßen (lassen).



1. Die „Do’s and Don’ts“ bei der Begrüßung

Wie reagieren Sie, wenn Ihnen während der Vorstellungsrunde applaudiert wird?

Aufgrund der Globalisierung werden sich auch Ihre chinesischen Geschäftspartner über die deutschen Gepflogenheiten informiert haben. Sie können davon ausgehen, dass Sie mit Händeschütteln begrüßt werden, anstelle der traditionellen Verbeugung. In China gilt ein schwacher Händedruck als höflich und wird nicht wie hier als Ausdruck eines schüchternen Charakters gedeutet. Wichtig ist: Schauen Sie Ihrem Gegenüber, während Sie mit ihm sprechen, nicht zu fest und zu lange in die Augen; was hierzulande als selbstverständliches Zeichen der Höflichkeit und Aufmerksamkeit während einer Unterhaltung verstanden wird, ruft bei chinesischen Gesprächspartnern eher ein mulmiges Gefühl des Beobachtet- oder Taxi-ertwerdens hervor.

Während einer Vorstellungsrunde wird dem Besuch häufig applaudiert. Sollte das auch in Ihrem Fall so sein: Klatschen Sie einfach mit. Der Beifall ist ein Zeichen des Willkommenheißen.

Bereiten Sie am besten zweisprachige Visitenkarten vor - auf der einen Seite in Englisch, auf der anderen in Chinesisch - und überreichen Sie sie (mit beiden Händen!) gleich zur Begrüßung. Dabei zeigt der Schriftzug immer zu Ihrem Gegenüber. Die empfangenen Karten werden ebenfalls mit beiden Händen entgegen genommen und Sie sollten ihnen auch ausreichend Aufmerksamkeit zukommen lassen. Auf keinen Fall dürfen Sie die Karten einfach in die Hosentasche stecken. Während eines Meetings können Sie die Visitenkarten ruhig vor sich auf dem Tisch der Sitzordnung nach anordnen, so dass Ihnen die Namen präsent sind und Verwechslungen vermieden werden. Schreiben Sie aber niemals etwas auf die Karten. Wichtig: in der chinesischen Sprache wird zuerst der Nachname (meistens einsilbig) genannt, gefolgt von dem Vornamen (meistens zweisilbig). Achten Sie bei der Anrede unbedingt auf den Titel (Direktor, etc) und die Position desjenigen in der Firma. Auch die Berufsbezeichnung „Lehrer“ wird als Anrede genutzt. Beispiele: Lehrer Ma, Direktor Wu, Doktor Li,... Heute ist es Mode, dass



sich jüngere Chinesen einen englischen Vornamen geben. Diesen suchen sie sich dann selbst aus. Dadurch haben Sie es einfacher, sich die Namen zu merken.

2. Smalltalk

„Können Sie Alkohol trinken?“ So ungewöhnlich diese Frage für Deutsche klingen mag, in China ist sie durchaus berechtigt. Vielen Chinesen fehlt ein bestimmtes Enzym, das für den Alkoholabbau im menschlichen Körper zuständig ist.

Während in Deutschland das Geschäftliche gern direkt angesprochen wird, legt man in vielen anderen Kulturen Wert auf einen einleitenden Smalltalk. So auch in China. Der Smalltalk wird in China auf einer viel intimeren Ebene durchgeführt als bei uns im „distanzierten“ Europa. Fragen nach dem Familienstand, nach dem Gehalt, dem Alter oder den Gründen für Ihre Kinderlosigkeit in den ersten Minuten eines (Verhandlungs-) Gesprächs sind keine Seltenheit. Sie sollten diese Fragen genauso locker beantworten wie die Frage „Können Sie Alkohol trinken?“ oder aber „Trinken Sie gerne?“ Von Chinesen wird behauptet, dass es Ihnen wichtig ist, ihre Geschäftspartner erst einmal persönlich kennen zu lernen, bevor sie zum eigentlichen Geschäft kommen. Darum sollte jedes noch so kurzfristige und zeitlich knapp bemessene Meeting mit einem 5-10-minütigen Smalltalk beginnen. Lassen Sie Ihren Verhandlungspartnern Zeit, sich ein genaues Bild von Ihnen zu machen, damit sie Vertrauen aufbauen können. Informieren Sie sich über die für China üblichen Smalltalk-Themen sowie die absoluten Tabubereiche (Taiwan-Frage, Ein-Kind-Politik, etc.). Gern gehört werden Komplimente über China. Die Chinesen sind sehr stolz auf ihr Land, und sie hören mit Vorliebe Positives von Ausländern.

Sie haben den Smalltalk überstanden – wenn auch mit einem unguuten Gefühl, da Sie es nicht gewohnt sind, Fremden so viel Privates zu verraten – und können sich jetzt dem Geschäftlichen widmen.



3. Kommunikation

Wann ein „Ja“ eigentlich ein „Nein“ bedeutet.

Es wird im Allgemeinen zwischen zwei Arten der Kommunikation unterschieden: die direkte und die indirekte. Auch hier unterscheiden sich die meisten Deutschen erheblich von den Chinesen. Während man hierzulande oft direkt ausspricht, was man denkt und möchte, braucht der deutsche Geschäftsmann im asiatischen Raum „feine Antennen“. Dort wird gern versteckt angedeutet, was gewünscht wird. Eine überaus große Bedeutung wird der höflichen Konversation beigemessen, bei der sich alle Beteiligten wohl fühlen sollen. Dementsprechend kann es wichtiger sein, sein Gegenüber nicht zu verletzen, als sich an die Wahrheit zu halten. Somit bedeutet ein „Ja“ nicht immer ein Zugeständnis, sondern durchaus ein „Ja, ich habe Sie akustisch verstanden.“ Dies ist nach chinesischer Auffassung keine Lüge, sondern eine Wahrung der Harmonie.

Verzichten Sie beim Reden auf die typisch deutsche Art, Wichtiges laut zu betonen. Da Chinesisch eine Tonsprache ist, gibt es dieses verhältnismäßig ‚plumpe‘ Hilfsmittel zur Unterstreichung dort nicht. Wichtige Punkte werden durch Wiederholungen betont. Zeigen Sie also keine Ungeduld.

Und wenn Sie in einem Punkt nicht mit dem Sprecher übereinstimmen, sollten Sie ein „Vielleicht“ oder ein „Wir werden sehen“ einem direkten „Nein“ vorziehen.

4. Hierarchie

Wen müssen Sie zuerst begrüßen?

Schon beim Betreten des Konferenzraumes lässt sich die hierarchische Struktur der chinesischen Geschäftspartner ablesen. Zuerst betritt der Ranghöchste den Raum und begrüßt Ihre Delegation. Stellen Sie sich also auch nach ihren Positionen geordnet auf, um Missverständnisse zu vermeiden. Im Laufe einer Verhandlung kann es sein, dass sich die ranghöchste Person bewusst zurückhält, um neutral eingreifen zu können, wenn die Verhandlung zu misslingen droht. Es kommt gelegentlich vor, dass die eigentlichen Verantwortlichen nicht an den Meetings teilnehmen. Somit können Sie in solchen Gesprächen keine Entscheidungen von der chinesischen Seite erzwingen.



5. Verhandlungen

Wie wirkt sich der in China weit verbreitete Aberglaube auf Ihre Verhandlungen aus?

Als Einführung für typisch chinesische Verhandlungsstrategien empfiehlt sich das Buch „36 Strategeme“ aus der alten chinesischen Kaiserzeit. Angeblich nutzen viele chinesische Führungskräfte auch heute noch diese Strategienanleitung. Ansonsten sollten Sie Ihrem Gespür vertrauen. Versuchen Sie aus den indirekten Andeutungen herauszuhören, was Ihr Geschäftspartner Ihnen mitteilen möchte. Lassen Sie sich durch lange Gesprächspausen nicht aus der Ruhe bringen. In Asien sind solche Pausen durchaus üblich. Gerade höher gestellten Personen steht es zu, ein Gespräch zu führen bzw. zu leiten. Diese nutzen Ihre Position gerne dadurch aus, für einige Minuten zu schweigen. Für Deutsche wirkt die Stille als Zeitverschwendung und viele werden unruhig oder unterbrechen die Pause. Bleiben Sie gelassen und schweigen Sie mit. So können Sie kurz abschalten und neue Konzentration aufbauen. Eine Entscheidungsfindung in China ist nach deutschem Verständnis ein sehr langsamer Prozess. Gründe dafür gibt es zur Genüge. Manchmal ist die Mondkonstellation schuld, oder andere Aspekte des chinesischen Bauernkalenders weisen auf einen ungünstigen Termin für eine Entscheidung hin. Behalten Sie Ihre Geduld. Das chinesische Volk gilt als sehr abergläubisch. (Wundern Sie sich nicht, wenn es in Ihrem Hotel keinen vierten Stock oder keine Zimmernummern 4 bzw. 44 geben sollte. Diese Zahlen stehen für den Tod, da beide Vokabeln gleich ausgesprochen werden.)

Deutsche Geschäftsleute berichten von chinesischen Verhandlungen, dass sie diese mitunter als ‚chaotisch‘ empfunden haben. Die typisch deutsche Agenda wurde vermisst; während des Gesprächs wechselte man sprunghaft das Thema; bereits besprochene Punkte wurden erneut aufgegriffen, und einmal getroffene Vereinbarungen wurden überraschend wieder verworfen. Auch hier gilt wieder: Geduldig bleiben.

Ein wichtiger Punkt ist zudem, dass es hinsichtlich der Definition von ‚Vertrag‘ unterschiedliche Auffassungen gibt. In Europa gilt der einmal aufgesetzte Vertrag als unwiderruflich, in China gilt er eher als ein Beginn, der als solcher den



Umständen entsprechend abgeändert werden darf. (“In Europe, a contract is a law, in China a contract is a passport!”) Inzwischen wird es wohl auch hier zu einer Annäherung gekommen sein.

6. Die „Do’s and Don’ts” im Alltag

Warum das Naseputzen fatale Folgen haben kann.

Das chinesische Volk vermeidet Körperkontakt mit Fremden. Dafür berühren sich chinesische Freunde umso mehr. (Vielleicht treffen Sie auf männliche Jugendliche, die Händchen haltend durch die Strassen gehen.) Klopfen Sie also unter keinen Umständen Ihrem Geschäftspartner auf die Schulter oder auf den Rücken. Seien Sie in dieser Hinsicht distanziert. Das Naseputzen wird von den Chinesen als widerlich angesehen, insbesondere, wenn das benutzte Taschentuch wieder zurück in die Hosentasche gestopft wird. Werfen Sie das Tuch unbedingt in den nächsten Mülleimer.

Wenn Sie auf Personen zeigen, dann am besten mit der flachen Hand und nicht nur mit dem Zeigefinger. Wenn Sie jemanden herbeiwinken wollen, dann mit der Handfläche nach unten (statt oben).

Mit dem Kopf nicken bedeutet, dass Ihr Gegenüber Ihnen zuhört, nicht, dass er Ihnen zustimmt: Machen Sie sich also keine falschen Hoffnungen. Die Asiaten sind im Allgemeinen dafür bekannt, dass sie keinerlei Gefühlsregungen zeigen. Durch unsere Körpersprache findet 80% (!) der Kommunikation statt. Wenn Sie zum ersten Mal mit einem Chinesen verhandeln und Sie die bekannten Mimiken nicht vorfinden, werden Sie sich vermutlich verunsichert fühlen. Entwickeln Sie ein Feingefühl, um auch die chinesische Körpersprache lesen zu können. Generell gilt: Nicht zu viel gestikulieren. Behalten Sie Ihre Hände bei sich, wenn Sie reden.



7. Zuhören

Warum die Deutschen beim Vortrag oder während einer Präsentation als weltbeste Zuhörer gelten.

In China bedeutet einem Redner zuhören nicht - wie hierzulande - stillsitzen, Mobilfunkgeräte ausschalten, schweigen und jegliche Geräusche vermeiden. Chinesen können u. U. sehr laut sein, sie haben keine Hemmungen, während eines Vortrags Privatgespräche zu führen, ihre Mobilfunkgeräte laut klingeln zu lassen, im gleichen Raum zu telefonieren, mit Papier zu rascheln oder herzhaft zu gähnen. Das gilt in der chinesischen Kultur nicht als unhöflich. Machen Sie sich bewusst, dass in keiner Kultur bei einer Präsentation so still zugehört wird, wie in der deutschen. Die Stille hat schon so manchen Europäer erschreckt, wie wird sie erst auf Asiaten wirken? Das stille Sitzen und die Ruhe im Raum hat nichts mit Aufmerksamkeit zu tun. In China bedeutet stilles Sitzen oft, dass der Zuhörer eingnickt ist. Um ihre Aufmerksamkeit zu zeigen, bewegen sie sich und machen Geräusche – zeigen damit also, dass sie (noch) wach sind.

8. Zeitplanung

„Zeit ist Geld“ oder eher „Nur nichts überstürzen“?

Für die Chinesen gilt im Allgemeinen die zweite Aussage. Sie gehen eher locker mit ihrer Zeitplanung um, d. h., ihre Terminplanung ist nicht linear, sondern eher strahlenförmig. Was gerade ansteht, wird gemacht. Also kann es durchaus passieren, dass mehrere Projekte gleichzeitig laufen. Während eines Meetings werden Telefonate zum nächsten Projekt geführt, obwohl dies nach unserem Verständnis als störend empfunden wird. Auch kann sich die Arbeitsweise zwischen Deutschen und Chinesen unterscheiden. Während hierzulande die meiste Arbeit oft zu Beginn eines Projekts erledigt wird, legt sich der Chinese meist erst zum Ende des Projekts ins Zeug. Somit wird in beiden Kulturen in der gleichen Zeit ein bestimmtes Ziel erreicht, doch die Hauptarbeitsphase ist verschieden.

Verzichten Sie bei Ihrem Chinabesuch auf die typisch deutsche, strikte Zeitplanung. Planen Sie genug Zeit für die Verhandlungen ein. Chinesen verhandeln mit Vorliebe, und besprochene Punkte werden u. U. erneut aufgegriffen und nochmals durchgesprochen. Sie werden wahrscheinlich das Gefühl haben, nicht



vorwärts zu kommen. Ihr chinesischer Geschäftspartner wird die Verzögerungen nutzen, um Sie besser kennen zu lernen. Verlieren Sie also nicht die Geduld. Bedenken Sie, dass in China wichtige Punkte durch Ihre Wiederholungen hervorgehoben werden (s. o.).

9. Geschäftsessen

Wieso sich die Chinesen mit „Hast Du schon gegessen?“ begrüßen.

Für die Chinesen scheint das Wichtigste das Thema Essen zu sein. So wird man über heimische Spezialitäten ausgefragt und zum Kosten sämtlicher chinesischer Köstlichkeiten gedrängt. Deshalb sollten Sie sich interessiert zeigen und ruhig auch von denjenigen Gerichten probieren, die Ihnen auf den ersten Blick vielleicht etwas fragwürdig erscheinen. Da es zur Zeit der Kulturrevolution für die meisten Leute zu wenig zu essen gab, bedeutete die Frage „Hast Du schon gegessen?“, ob es jemandem gut oder schlecht ging. Bis heute hat sich die Frage gehalten, wobei „Ja“ die Bedeutung „Mir geht es gut“ hat. Natürlich sind Geschäftsessen ganz bedeutend für den Beziehungsaufbau. Um Ihren Kollegen die Möglichkeit zu geben, Sie besser kennen zu lernen und Vertrauen aufzubauen, sollten Sie auf jeden Fall an ihnen teilnehmen. Und stellen Sie sich auch darauf ein, dass für chinesische Verhältnisse sehr viel Alkohol getrunken wird. Dem können Sie nur entgehen, wenn Sie eine Frau sind (nach chinesischer Weltvorstellung wird es nicht gern gesehen, wenn Frauen Alkohol trinken oder rauchen) oder wenn Sie behaupten, Sie hätten eine Allergie gegen Alkohol. Ansonsten muss jeder Teilnehmer bei den diversen Toasts mit anstoßen. Bereiten Sie ebenfalls ein paar Sätze vor - Sie werden sie auf alle Fälle brauchen. Während des Essens sollten Sie die geschäftlichen Diskussionen beiseite lassen. Führen Sie Smalltalk über chinesische Besichtigungspunkte, die Sie während Ihres Aufenthaltes evtl. besucht haben. Machen Sie viele Komplimente über das Land und die Leute. Wenig zu loben ist typisch deutsch. Natürlich sollten Sie auch die chinesische Küche preisen.

In chinesischen Restaurants sind die Tische traditionell rund und haben eine drehbare Scheibe in der Mitte. Darauf werden Platten serviert, welche die verschiedenen Speisen beinhalten, so dass jeder an alle Gerichte gelangen kann.



Nur eine Reisschüssel gehört Ihnen alleine. Falls Sie nicht mit Stäbchen essen wollen, fragen Sie ruhig nach Besteck.

Seien Sie nicht verwundert, wenn Ihnen Ihr Geschäftspartner besonders erlesene Essenshappen auf den Teller legt. Sie brauchen diese Geste nicht zu erwidern. Doch beim Einschenken wird von Ihnen erwartet, dass Sie nicht sich selbst, sondern Ihren Sitznachbarn nachschenken – auch beim Teetrinken. Dies ist ein Zeichen Ihrer Aufmerksamkeit. Man könnte das Nachschenken als eine Art Sport bezeichnen, weil jeder der Aufmerksamste sein möchte. Darum halten Sie sich mit dem Austrinken des Weinglases, etc. zurück. Wehren Sie niemals das Nachschenken ab. Lassen Sie lieber Ihr volles Glas stehen. Aber vergessen Sie weiterhin nicht das Nachschenken der Nachbargläser. Oft sind die chinesischen Kollegen sehr schnell betrunken und werden laut. Für uns fremd ist das Schlürfen und Schmatzen. Dies ist im Orient ein Zeichen, dass es schmeckt. Essensreste wie Knochen, Obstkerne, etc. werden auf den Tisch gelegt und nicht auf den Teller. Bei jedem Gang sollte immer etwas auf Ihrem Teller liegen bleiben. Sonst hat es den Anschein, Sie wären am Verhungern. Ihre Stäbchen dürfen nie in die Reisschale zeigend abgelegt werden – nur quer darüber liegend. In eine Schale steckende Stäbchen erinnern an die Räucherstäbchen vor den Ahnentempeln und somit wäre dies eine Verletzung der Ahnenwürde.

10. Gastgeschenke

Wieso darf mein Geschenk aus drei Teilen bestehen, aber nicht aus vier?

Um den Geschenken ihre Bedeutung zukommen zu lassen, wird das Präsent mit beiden Händen überreicht bzw. angenommen. Dadurch wird erwirkt, dass man seine volle Aufmerksamkeit auf das Geschenk richten muss. Für Ihr erstes Geschäftstreffen sollten sie unbedingt genug Geschenke besorgen, sonst startet Ihre Geschäftsbeziehung mit einer unangenehmen Situation. Für Chinesen gilt im Allgemeinen, dass wenn sie eine Geschäftsbeziehung suchen, dann suchen sie sie für einen langen Zeitraum. Dasselbe gilt auch für Freundschaften. Chinesen haben eher wenig Freunde, dafür aber für das ganze Leben. Aus diesem Grund sollten Sie ruhig in Ihre Gastgeschenke investieren. Beliebt sind lokale Besonderheiten aus Ihrer Heimat (Made in Germany!), wie z.B. Biergläser, T-Shirts, Wein,



Parfum, Kosmetika, Pralinen, Puppen in Trachten, Füller oder Bücher. Je höher jemand in der Hierarchie steht, desto teurer sollte Ihr Geschenk sein. Falls Sie bemerken, dass mehr Personen anwesend sind, als Sie gerade Präsente dabei haben, verteilen Sie lieber keine. Ansonsten würde die Person, die nicht beschenkt wird, das Gesicht verlieren. Wenn Sie ein „Gruppengeschenk“ von Ihrem Unternehmen für das chinesische Unternehmen mitgebracht haben, überreichen Sie es dem Ranghöchsten. Falls Sie geplant haben, eine Standuhr zu verschenken (Kuckucksuhr o. ä.), treten Sie in ein kulturelles Fettnäpfchen. „Stehende Uhr“ wird im Chinesischen ausgesprochen wie „Jemandem die letzte Ehre erweisen“; die Zahl „Vier“ wie „Tod“. Daher können Sie zwar einer Person drei oder fünf Meißener Porzellanteller schenken, aber eben nicht vier.

Rot ist in China die Farbe für Glück. Deshalb wird es gerne gesehen, wenn Sie Verpackungen in dieser Farbe wählen. Seien Sie nicht verwundert, wenn Ihr Geschenk nicht angenommen wird. Ihr Gegenüber wird Ihnen vermutlich dreimal, viermal sagen, dass er / sie es nicht annehmen wird. Es gilt als höflich, sich zu zieren. Deshalb fragen Sie bitte auch dreimal nach, ob Ihr chinesischer Kollege etwas zu trinken, Nachschlag beim Essen, Hilfe oder sonstiges haben möchte.

Ihre Geschäfte haben Sie erfolgreich hinter sich gebracht – auch wenn Sie dazu länger gebraucht haben als geplant. Nun wollen Sie abreisen. Was sollten Sie noch beachten? Richtig, Sie sollten Ihre Geschäftspartner zu einem gemeinsamen Essen einladen. Dieses Mal übernehmen Sie die Rechnung.

11. Nützliche Tipps

- Fahren Sie mit dem Auto und nicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu Ihrem Geschäftstermin. Den Luxus sollten Sie sich gönnen.
- Befassen Sie sich ausgiebig mit der Unternehmensstruktur und machen Sie sich mit den Erfolgen, Kontakten, etc. vertraut.
- Gehen Sie gemeinsam Essen, das fördert ihre Beziehung.
- Chinesen sind harte, aber herzliche und faire Verhandlungspartner.
- Der erste Beschluss ist nicht endgültig, Chinesen lieben das Verhandeln.
- Führen Sie ein Verhandlungsprotokoll, um Beschlüsse besser kontrollieren zu können.
- Vertrauen Sie nicht Ihren und deren Englischkenntnissen. Organisieren Sie unbedingt einen Dolmetscher.
- Verzichten Sie auf die typisch deutsche, direkte Kommunikation.
- Beachten Sie die Hierarchieordnung Ihrer chinesischen Partner.



- Kontakte sind in China von großer Bedeutung. Deshalb knüpfen Sie so viele Sie nur können. Durch solche Mittelspersonen werden viele Dinge einfacher.
- Melden Sie sich regelmäßig bei Ihren chinesischen Geschäftspartnern. Ein kurzer, belangloser Anruf hält Ihre gute Beziehung aufrecht.
- Schreiben Sie sich die chinesischen Feiertage in Ihren Kalender. Zum chinesischen Neujahr sollten Sie unbedingt grüßen.

Dieser China-Knigge kann, wie zu Anfang erwähnt, selbstverständlich nur einen oberflächlichen Überblick bieten und ist bei weitem nicht vollständig. Wer Ergänzungen, Verbesserungen oder Fragen hat, kann sich gerne unter Kerstin.Berkemeier@wilfriedscholz.de bei mir melden.

Und natürlich stehe ich Ihnen auch für individuelle Anfragen zur Verfügung - ob Sie selbst eine Geschäftsreise nach China planen oder ob Sie sich gründlich auf den Besuch Ihrer chinesischen Geschäftspartner vorbereiten möchten: Gerne erarbeiten wir mit Ihnen ein Konzept, das dafür sorgt, dass sowohl Sie als auch Ihre Partner sich wohl in ihrer Haut fühlen können. Nutzen Sie unsere Erfahrung für Ihren Erfolg!

© by Kerstin Berkemeier, Sinologin MA,
Beraterin & Trainerin



Alle Rechte (Vervielfältigungen, Verwendung von Auszügen etc.) vorbehalten und lediglich in Kooperation, durch die ausdrückliche Genehmigung der Autorin, übertragbar.





Wer sind wir?

Die Wilfried Scholz Unternehmensberatung mit Sitz in Grevenbroich und Außenbüros in Brandenburg an der Havel und Tianjin/VR China (ab April 2005) versteht ihr Handwerk in erster Linie als verlässlicher Partner und Begleiter für Pioniere. Wir sind dann am besten, wenn die Herausforderung darin besteht, in bisher unbekannte Bereiche aufzubrechen – national wie international.

Was machen wir?

Wir ebnen unseren Existenzgründern Wege in die erfolgreiche Selbstständigkeit, begleiten Unternehmen in Turnaround-Prozessen und optimieren ihre betriebsinternen Kommunikationsstrukturen. Wir organisieren die Implementierung neuer Aufgaben in die Arbeitsprozesse bestehender oder neu zu formierender Teams und bereiten mit unseren Kunden Betriebsübernahmen, Fusionen oder Joint-Ventures vor.

Auf internationaler Ebene beschäftigen wir uns besonders intensiv mit der wirtschaftlichen Kooperation europäischer und chinesischer Unternehmen. Im Wissen um unsere guten ostasiatischen Kontakte (namentlich in die VR China), die große Erfahrung unserer Berater und die herausragenden fachlichen Qualifikationen aller unserer Mitarbeiter können wir unsere Kunden jederzeit mit verlässlichen Informationen, soliden Analysen und nicht zuletzt mit kulturell-wirtschaftlichem Fingerspitzengefühl zu einem erfolgreichen Auftritt auf dem Parkett des chinesischen Marktes verhelfen.

Was können wir?

Unsere große Stärke ist, dass wir die ganz persönliche Faszination unserer Mitarbeiter für die chinesische Kultur und deren Traditionen mit bewiesenen fachlichen, sprachlichen und wirtschaftlichen Kompetenzen verbinden können. Neben der engagierten Umsetzung unserer Kundenaufträge veranstalten wir regelmäßig Seminare und Vorträge über chinesische Kultur, deutsch-chinesische Beziehungen und verwandte Themen zum Selbstkostenpreis. Dank von Beginn an guter Mundpropaganda und inzwischen mehrfachen Medienberichten ist eines dieser Projekte mittlerweile auch weit über die Grevenbroicher Stadtgrenze hinaus bekannt geworden: Der „Unternehmerstammtisch NRW – China“. Auf eigene Faust gesponsert und organisiert, treffen sich Monat für Monat Fachleute, Interessierte und Neugierige in unseren Firmenräumen, um sich in zwangloser und angenehmer Atmosphäre über Erfahrungen, Chancen und Neuigkeiten informieren zu lassen und untereinander auszutauschen. Abgerundet werden die kostenfreien Themenabende mit ein oder zwei informativ-unterhaltsamen Vorträgen. Hier können wir sowohl auf unsere eigenen Mitarbeiter als auch auf ausgewählte Gastreferenten zurückgreifen.

Was können wir für Sie tun?

Für Sie bahnen wir Geschäftskontakte an und erstellen verlässliche Markteintritts- und Machbarkeitsstudien – sowohl für den Markteintritt des gesamten Unternehmens als auch für einzelne, gezielte Projekte. Gemeinsam mit Ihnen erarbeiten wir punktgenaue Strategien für Ihre ganz individuellen Unternehmensziele in China und Ostasien. Wir rekrutieren für Sie Fach- und Führungskräfte aus Deutschland und China für den Einsatz vor Ort.

Damit Sie immer auf dem allerneuesten Stand sind, bieten wir Ihnen eine fortlaufende Projektunterstützung all Ihrer Ostasienprojekte; wir organisieren Ihre Geschäftsreisen und begleiten Sie auf Wunsch auch dabei: Die Erfahrungen, die unsere Mitarbeiter (unsere Berater, Trainer, Dolmetscher etc.) im Laufe der Jahre auf den unterschiedlichsten Gebieten sammeln konnten, geben wir gerne an Sie weiter. Profitieren Sie von unseren Fähigkeiten, geeignete Mitarbeiter in Deutschland oder in Ihrem Zielland auszuwählen und/oder sie durch interkulturelle Trainings auf die anstehenden Aufga-



ben vorzubereiten. Darüber hinaus unterstützen wir Sie auch bei Wiedereingliederungen nach dem Einsatz und organisieren und optimieren den Wissenstransfer in Ihrem Unternehmen.

Zu unseren Leistungen gehören selbstverständlich auch Übersetzungen und Dolmetscherdienste. Wir passen Ihre Broschüren und Kataloge in Sprache, Schrift und Stil(!) an, gestalten Ihren Messeauftritt und informieren Sie ausführlich über Förderprogramme.

Und natürlich bieten wir auch chinesischen Unternehmen entsprechende Hilfen für Ihren Markteintritt in Deutschland und der EU an.