

Manuel Vermeer

China.de

Manuel Vermeer

# China.de

Erfolgreich verhandeln mit  
chinesischen Geschäftspartnern



Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme  
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei  
Der Deutschen Bibliothek erhältlich

1. Auflage Januar 2002

Alle Rechte vorbehalten

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 2002

Softcover reprint of the hardcover 1st edition 2002

Lektorat: Ulrike M. Vetter

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen der Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.  
[www.gabler.de](http://www.gabler.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Nina Faber de.sign, Wiesbaden

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN 978-3-322-92049-2 ISBN 978-3-322-92048-5 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-322-92048-5

# Vorwort

Ein weiteres Buch über China – ist das wirklich nötig? Sicher nicht, wenn wieder nur Zahlen und Fakten des vorgeblich größten Marktes der Welt dargestellt und die unglaublichen Marktchancen ausgebreitet werden. Auch nicht, wenn wieder einmal die zehn Goldenen Regeln im Chinageschäft aufgezählt werden, mittels derer Sie unfehlbar gute Geschäfte machen werden.

Also ein neuer Ansatz. Führungskräfte, die häufig in China sind oder sein werden, haben keine Zeit, dicke Bücher über die chinesische Geschichte zu lesen oder sich in die Lehren des Konfuzius einzuarbeiten. Trotzdem benötigen sie kurz und übersichtlich einige Informationen über die chinesische Kultur, Sprache und die Verhaltensweisen, mit denen sie vor Ort ständig konfrontiert werden. Aber nicht in Form der berühmten handlichen Regeln, die jedes Fettnäpfchen vermeiden helfen – das gibt es nicht.

Kurze Informationen zu den Themen moderne Geschichte, kulturelle Besonderheiten, Geografie, Politik, Verhaltensweisen, Umgang mit chinesischen Geschäftspartnern, Verhandlungsstrategien, Personalmanagement, praktische Hinweise zum Chinaaufenthalt: Informationen, die jeder braucht, übersichtlich dargestellt, sachlich und fundiert. Literaturempfehlungen und Internetadressen für Interessierte, die sich weiter informieren möchten, finden sich am Ende des Buches.

Der Titel ist Programm: *china.de* ist nicht nur die Webadresse einer renommierten deutschen Unternehmensberatung für den chinesischen Markt (Salient Business Consulting, Shanghai), sondern verbindet eben auch sprachlich China und Deutschland. „de“ ist die Kennung deutscher Internetadressen, aber auch die Umschrift für das chinesische Zeichen für „deutsch“. Der Titel verbindet daher auf mehrfache Weise diese beiden Länder, und nur so sind erfolgreiche Geschäfte möglich: gemeinsam, in gegenseitigem Vertrauen, in einer „Win-win-Strategie“.

Dies Buch ersetzt natürlich kein interkulturelles Seminar über China, wie es *als Vorbereitung ein absolutes Muss* für jeden ist, der sich auf dem chinesischen Markt engagieren möchte. Im Gegenteil: Es ist Ergänzung, soll neugierig machen auf mehr Informationen. Nach der Lektüre ein Seminar buchen oder es begleitend lesen: dies kann eine sinnvolle Vorbereitung sein. „china.de“ kann in seiner handlichen Form auch auf Reisen mitgeführt werden. Einige sprachliche Hinweise und Redewendungen, die sich jeder einprägen kann (und sollte!), wurden daher eingefügt.

Noch ein Hinweis: Es kann und darf nicht Sinn einer Vorbereitung auf China sein, sich anschließend möglichst wie ein Chinese zu verhalten. Wir sollten unsere Identität nicht aufgeben, nicht uns in China verhalten wie die Gastgeber es wünschen, um dann in Deutschland wiederum den (chinesischen) Gästen nachzugeben. Es kann nur darum gehen, etwas über Land und Leute zu erfahren. Die konkrete Umsetzung dieses Wissens bleibt dem Einzelnen überlassen.

Das Buch ist bewusst locker und praxisnah geschrieben. So ist mir als Sinologe mit 20-jähriger Chinaerfahrung klar, dass manches – beispielsweise die historische Darstellung – oberflächlich erscheinen muss. Inhalt und Ausdrucksweise erfüllen nicht immer meinen wissenschaftlichen Anspruch als Hochschullehrer. Doch halte ich dies im Sinne einer besseren Lesbarkeit für vertretbar. Dies ist keine akademische Abhandlung, sondern ein Praxisratgeber, wie er in meinen zahlreichen Seminaren und Vorträgen immer wieder gewünscht wurde.

Gaiberg bei Heidelberg / Shanghai, im Herbst 2001

Manuel Vermeer

# Inhalt

Vorwort .....	5
<b>I. „Die Gelbe Gefahr“ .....</b>	<b>11</b>
Vorurteile .....	11
Pauschalurteile .....	12
Drei Generationen .....	13
Warum „Reich der Mitte“? .....	15
Fremdeinschätzung .....	17
<b>II. Wirtschaftspolitisches Umfeld .....</b>	<b>21</b>
Ökonomische Rahmenbedingungen .....	21
Energie und Bodenschätze .....	21
Status quo und zukünftige Entwicklung .....	22
Arbeitsmarkt .....	25
Finanzmarkt .....	26
Infrastruktur .....	26
Bahnwesen .....	27
Luftfahrt .....	28
Schifffahrt .....	28
Straßenbau .....	29
Historischer Überblick .....	30
Von den Anfängen bis ins 19. Jahrhundert .....	31
Gegenseitige Wahrnehmung .....	31
Von den Opiumkriegen bis zum Bürgerkrieg .....	33
Mao Zedong und Chiang Kaishek .....	34
Die Volksrepublik China .....	35
Deutsch-chinesische Beziehungen in Politik und Wirtschaft .....	42
Historie .....	42
China und Deutschland heute .....	46
Politische Landeskunde .....	47
Geographie .....	47
Verwaltungseinheiten .....	49

Die Provinzen .....	51
Die regierungsunmittelbaren Städte .....	52
Die Autonomen Regionen .....	54
Die Sonderverwaltungszone Hongkong (seit 1997) und Macao (seit 1999) .....	54
Aufbau von Staat und Regierung .....	59
Die Kommunistische Partei Chinas (KP CH) .....	59
Die Auswirkungen der Reformmaßnahmen .....	60
Die Machthaber .....	61
<b>III. Kulturelle Einflussfaktoren .....</b>	<b>67</b>
Sprache .....	67
Grundlegendes .....	67
Sprache als Hierarchiesymbol .....	70
Zur Übertragung von Personen- und Firmennamen .....	71
Guanxi .....	74
Gesicht .....	79
Hierarchiedenken .....	81
Morallehren / Religion .....	83
Konfuzianismus .....	83
Daoismus .....	85
Buddhismus .....	87
Symbolik .....	88
Ursprünge .....	88
Bedeutungsvielfalt der Sprachsilben .....	90
„Nützliche Aufwendungen“ .....	94
Ihr chinaspezifischer Unternehmensauftritt .....	95
Printmedien .....	95
Internet .....	99
<b>IV. Personalmanagement .....</b>	<b>103</b>
Auswahlkriterien .....	103
Fachliche Anforderungen an vor Ort tätige Mitarbeiter .....	106
Anforderungen an die Persönlichkeit .....	107
Kommunikationsmanagement .....	109
K.o.-Kriterien: Wer sollte nicht ausgewählt werden? .....	112

Personalauswahl .....	113
Deutsche .....	113
Nicht-Chinesische Asiaten, Überseechinesen .....	115
In China ausgebildete Chinesen .....	116
Ausbildung nur in chinesischen Betrieben .....	119
Ausbildung in ausländisch finanzierten Betrieben .....	119
In Deutschland ausgebildete Chinesen .....	120
Vorbereitung zu entsendender Mitarbeiter .....	121
Personalführung .....	123
Motivation .....	126
Personalsuche .....	131
<b>V. Verhandlungsführung .....</b>	<b>135</b>
Die Ausgangssituation .....	135
Die chinesische Sicht .....	136
Kennenlernen .....	138
Vorbereitung der Verhandlung .....	143
Einstellung zum Partner .....	144
Zusammensetzung der deutschen Delegation .....	145
Zusammensetzung der chinesischen Delegation .....	146
Dolmetscher/Übersetzer .....	149
Kulturmittler .....	150
Praktisches .....	151
Preise .....	152
Prinzipien der Verhandlungsführung .....	153
Informationsstrukturierung in Deutschland und China .....	154
Pausen .....	157
Gestik und Mimik .....	158
Verhandlungsstrategie .....	159
„Wir werden darüber nachdenken“ .....	162
Vor Ort: Das Bankett .....	163
Verhalten außerhalb der Verhandlung .....	169
Bedeutung von Verträgen .....	169
Zeitpunkt der Verhandlung .....	171
Verhandlungen in Deutschland .....	172
Kosten .....	172



Betreuung .....	172
Empfang .....	173
Freizeitgestaltung .....	174
Sonstiges .....	174

<b>VI. Hinweise für den China-Aufenthalt .....</b>	<b>175</b>
Begrüßung chinesischer Geschäftspartner .....	175
Feste .....	176
Flughäfen .....	176
Geld .....	177
Geschenke .....	177
Impfungen .....	181
Internetcafé .....	181
Karaoke .....	181
Mafan .....	182
Menschenrechte .....	182
Mobiltelefone .....	183
Prostitution .....	183
Reisen .....	183
Stromspannung .....	184
Tabuthemen .....	184
Zeitverschiebung .....	185

## Anhang

Einige Redewendungen .....	187
Wichtige Adressen .....	189
In Deutschland .....	189
In China .....	190
WWW-Links .....	192
Literaturempfehlungen .....	194
Bücher .....	194
Zeitschriften .....	194
Zeittafel der chinesischen Dynastien .....	195
Daten .....	197
Der Autor .....	199