

# In jedem Land den richtigen Ton – Verhandlungen im Reich der Mitte

## 1. Die VR China – wichtigster Geschäftspartner in Fernost

Seit der zweiten Hälfte des Jahres 2002 ist die VR China wichtigster Handelspartner Deutschlands in Asien und konnte damit Japan als die traditionelle Top-Destination in Fernost auf Platz 2 verweisen. Der Warenhandel mit dem Reich der Mitte ist seit Jahren stetig gewachsen: Von 2000 auf 2001 um rund 7,5%, von 2001 auf 2002 um 21,7% und von 2002 auf 2003 um voraussichtliche 30,0%. Das Außenhandelsvolumen des Reiches der Mitte mit der Welt belief sich im Jahre 2003 auf rund 800 Mrd. US\$.

China ist im Außenhandel die weltweite Nr. 5 und besitzt die sechsgrößte Volkswirtschaft der Erde. Deutschland war 2002 nach Japan, den USA, Hongkong und Südkorea mit einem Handelsvolumen von 27,8 Mrd. US\$ der fünftwichtigste Handelspartner der Chinesen (11,4 Mrd. US\$ Import nach China aus Deutschland, 16,4 Mrd. US\$ Export aus China in die Bundesrepublik), aber der wichtigste innerhalb Europas. Aus deutscher Sicht ist China nach den USA zum wichtigsten Wirtschaftspartner außerhalb Europas avanciert.

Dass China aufgrund seines sich schnell entwickelnden Marktes attraktiv ist, belegen auch die ausländischen Direktinvestitionen (FDI), die in China getätigt wurden: Akkumuliert wurden hauptsächlich aus Hongkonger, taiwanesischen, US-amerikanischen und japanischen Quellen Direktinvestitionen im Zeitraum von 1990 bis 2002 rund 393 Mrd. US\$ investiert. Mit rund 51 Mrd. US\$ an realisierten Direktinvestitionen in 2003 ist China derzeit weltweit größter Empfänger ausländischen Kapitals (wobei große Anteile über Hongkong „reinvestiert“ werden).

### Nützliche Links fürs China-Geschäft

<b>Informationen fürs China-Geschäft</b>	
Bundesagentur für Außenwirtschaft	<a href="http://www.bfai.com">www.bfai.com</a>
Ostasiatischer Verein	<a href="http://www.oav.de">www.oav.de</a>
IHK Pfalz, Schwerpunktchamber China	<a href="http://www.pfalz.ihk24.de/china">www.pfalz.ihk24.de/china</a>
China-Seiten der Wirtschaftswoche	<a href="http://www.wiwo.de/china">www.wiwo.de/china</a>
Informationsportal der chines. Regierung	<a href="http://www.china.org.cn">www.china.org.cn</a>
Überblick über Messen in China	<a href="http://www.auma.de">www.auma.de</a>
<b>Externe Dienstleister</b>	
Deutsche Auslandshandelskammer in China	<a href="http://www.ahk-china.org">www.ahk-china.org</a>
German Industry and Commerce in Shanghai	<a href="http://www.china-net.de">www.china-net.de</a>
German Industry and Commerce in Südchina	<a href="http://www.ahk.org.hk">www.ahk.org.hk</a>
German Centre in Peking und Shanghai	<a href="http://www.germancentre.org.cn">www.germancentre.org.cn</a>
Hongkong Trade Development Council	<a href="http://www.tdctrade.com">www.tdctrade.com</a>
<b>Unternehmensverzeichnisse (elektronisch)</b>	
Kantonmesse (Lieferantenrecherche)	<a href="http://www.i-cantonfair.com">www.i-cantonfair.com</a>
China-Infonet	<a href="http://www.chinainfonet.com">www.chinainfonet.com</a>
China-Big	<a href="http://www.chinabig.com/en/search">www.chinabig.com/en/search</a>
Unternehmensdatenbank der Wirtschaftswoche	<a href="http://www.wiwo.de/china-daten">www.wiwo.de/china-daten</a>

Eine große China-Linksammlung finden Sie unter: [www.pfalz.ihk24.de/china](http://www.pfalz.ihk24.de/china) → Rubrik: „Nützliche Links“.

## 2. Clash of civilisations am Verhandlungstisch – Missverständnisse vorprogrammiert

Treffen Chinesen und Deutsche zu Verhandlungen zusammen, so sind Irritationen und Missverständnisse aufgrund der unterschiedlichen kulturellen Wurzeln regelrecht

vorprogrammiert. Denn unterschiedliche Kulturen resultieren in andersartigen Verhandlungsstilen:

Bevorzugen Chinesen einen indirekten, integrativen Kommunikations- und Verhandlungsstil, so steuern die Deutschen gerne ohne Umwege direkt, manchmal auch konfrontativ, auf ihre geschäftlichen Ziele zu. Agieren die Deutschen sachorientiert, so reagieren die Chinesen vertrauensorientiert. Geht es den Deutschen um eine detaillierte Vertragsabsicherung, so messen die Chinesen diesem Regelwerk weniger Bedeutung zu. Für sie ist die Absicherung der Beziehung weit wichtiger. Sind für Deutsche Vertragsverhandlungen endlich und die Vertragsbedingungen endgültig, so sieht der Partner aus China den Vertrag eher als Willenserklärung, die immer wieder den Umständen entsprechend angepasst werden kann.

Deshalb wirken in deutschen Augen die Chinesen bei Verhandlungen als übertrieben höflich, unehrlich bzw. sogar „falsch“, umständlich und kompliziert, indirekt, kaum sach- bzw. zielorientiert, zu neugierig, was Privatangelegenheiten angeht, überheblich hinsichtlich ihrer kulturellen Leistungen des „Reiches der Mitte“ und wenig verlässlich, da einmal ausgehandelte Verträge gerne nachverhandelt werden.

Chinesen hingegen halten die Deutschen für ausgesprochen unhöflich, verletzend direkt, stur, hart und kalt, lehrmeisterhaft und überheblich was ihre Produkte angeht, ungeduldig und perfektionistisch, unflexibel und am Verhandlungspartner als Mensch nicht interessiert.

Um eine Brücke zwischen den beiden Kulturen zu schlagen, verinnerlichen Sie bitte die folgenden sieben Punkte.

### **3. Die „7 G's“ – oder wie Sie in China erfolgreich verhandeln**

Beachten Sie die „7 G's“ und Ihre Verhandlungen werden positiv verlaufen! Oder wer taucht schon gerne im Fettnäpfchen (Schwimmen tun wir sowieso....!)?

#### **3.1 Gesicht wahren und geben – Schlüssel zum Erfolg**

Der größte anzunehmende Unfall (GAU), der Ihnen während Verhandlungen widerfahren kann, ist der Verlust des Gesichtes Ihres hochrangigen Gegenübers, den Sie unbedacht und fahrlässig verschuldet haben. Dies ist nämlich der beste und schnellste Weg, sich in China Feinde fürs Leben zu machen.

Doch was bedeutet es, „Gesicht zu wahren“ bzw. „Gesicht zu geben“?

Der Begriff „Gesicht“ hängt in China mit der Gruppenorientierung des Individuums zusammen. Um es zugespitzt zu formulieren: „Was denken die anderen über mich?“ bzw. „Wie kann ich mich in meiner Gruppe behaupten?“. D.h. alles was einem Chinesen Prestige, Anerkennung und Achtung innerhalb seiner Gruppe gibt, verschafft ihm „Gesicht“.

Eine Grundvoraussetzung für das „Gesicht-Geben“ ist jedoch, dass Sie zunächst Ihr eigenes Gesicht wahren: Behalten Sie auch in hektischen Situationen Gelassenheit und Contenance. Kommen Sie nicht zum Geschäftlichen bevor Ihr Sitz eine angenehme „Betriebstemperatur“ erreicht hat. Lassen Sie sich eine eventuell schlechte Laune nicht anmerken, kritisieren Sie nicht die womöglich schlechten „Zustände“ in China (Hotel, Sauberkeit, Verkehr, usw.), seien Sie ausgesprochen höflich und hören Sie Ihrem Gesprächspartner genau zu. Lassen Sie ihn ausreden und sprechen Sie langsam und bedacht. Ferner sollten Sie beachten, dass von Ihnen als „Tugendländer“ (wörtliche Übersetzung von Deutscher) absolute Pünktlichkeit verlangt wird. Verlangen Sie bitte auch niemals getrennte Rechnungen im Lokal – das ist in China vollkommen unüblich.

In einem zweiten Schritt können Sie nun während der Verhandlungen Ihrem Counterpart Gesicht geben: Loben Sie Ihren Geschäftspartner, beispielsweise für die Gastfreundschaft und die gute Zusammenarbeit, das Land China und seine kulturellen Errungenschaften und machen Sie sich selbst klein. Wenn Sie selbst gelobt werden (z.B. Sie können aber gut

Chinesisch, oder Deutschland hätte die beste Fußballmannschaft) so streiten Sie dies ab (Die Chinesen antworten in solch einer Situation mit „nali, nali“ – sinngemäß übersetzt : „auch woher denn!“). Sollten Sie dies nicht tun, und auf ein Lob mit „Danke“ antworten, so wird dies zu deutlichen Irritationen bei Ihrem Gegenüber führen (wird als arrogantes und überhebliches Verhalten gedeutet).

Weitere Gelegenheiten, Gesicht zu geben sind die Einladung in ein besonders gutes Hotel mit reichhaltigem Essen („Du bist mir wichtig, für Dich lasse ich etwas springen“), Würdenträger mit ganzem Titel anzusprechen und geschmackvolle Geschenke zu machen. Dies alles erscheint für Deutsche häufig enorm anstrengend und wenig zielgerichtet, aber für den Geschäftserfolg in China ist dieses „Gesicht-Geben“ eine unabdingbare Voraussetzung!

Ein Mittel zur Gesichtswahrung ist auch die in China praktizierte indirekte Kommunikation. Wenn Meinungsverschiedenheiten oder Probleme mit Ihrem Geschäftspartner auftauchen, so führt in den meisten Fällen nur eine indirekte Kommunikation zum Erfolg: Fassen Sie Ihren chinesischen Geschäftspartner mit Glatze-Handschuhen an, machen Sie nur indirekt auf die Probleme aufmerksam, sprechen „durch die Blume“ und wünschen sich eine „Verbesserung“. Sie müssen jedoch auch damit rechnen, dass Ihnen gegenüber die gleiche Höflichkeit walten gelassen wird und selbst klare Ablehnungen wie „Nein“, „auf keinen Fall“ oder „ganz bestimmt nicht“ von Ihren chinesischen Partnern umgewandelt werden in ein „Vielleicht“, ein „Wir werden sehen“, oder ein „Ungefähr“. Hier gilt es sensible Antennen für Widerspruch – sei er auch noch so zaghaft vorgebracht - zu entwickeln.

Leider ist diese indirekte Kommunikation für Europäer nicht leicht zu erlernen. Die benötigte Sensibilisierung ist nur durch längere Aufenthalte in China oder durch gezielte interkulturelle Trainings zu erreichen. Trotzdem werden Sie niemals alle indirekten Anspielungen der Chinesen verstehen. Es tröste Sie jedoch, dass selbst Chinesen unter sich manchmal nicht genau wissen, was der andere gerade meint.

Ferner sollten Sie ein Kopfnicken nicht als Einverständniserklärung missverstehen – Kopfnicken heißt in China: „Ich habe verstanden, was Du gesagt hast“ – und auf Zeichensprache weitgehend verzichten, da diese gänzlich anders belegt ist als in Deutschland.

Sollte die Verhandlungssituation einmal sehr verfahren sein, so hilft häufig ein gesichtswahrendes „misunderstanding due to the language“ und ein gutes Abendessen.

### **3.2 Geduld – eine Kardinaltugend in China**

In deutschen Augen dauert es regelmäßig eine „Ewigkeit“, bis Chinesen endlich mal zum Thema, zum Geschäftlichen, kommen. Denn Chinesen versuchen aufgrund ihres Harmoniebedürfnisses und ihrer Gruppenorientierung zunächst einmal eine gute persönliche Atmosphäre zu schaffen. Es ist gerade bei größeren im Raum stehenden gemeinsamen Projekten nicht unüblich, dass beim ersten Treffen überhaupt nicht über das Geschäftliche gesprochen wird.

Kommt es dann nach langem Small talk, während dessen Sie Höflichkeiten ausgetauscht haben, zum eigentlichen Fachgespräch, so beginnen Sie am besten mit einer kurzen Vorstellung Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte. Lassen Sie aber Ihre Counterparts zunächst über Ihre detaillierten Geschäfts- und Kooperationswünsche im Unklaren. Sollten Sie dies nicht berücksichtigen, so kann es geschehen, dass Ihnen die chinesische Seite das „Blaue vom Himmel verspricht“ – Leistungen anbietet, die jenseits der Leistungsfähigkeit des chinesischen Unternehmens liegen. Um diese Klippe zu umgehen, fragen sie nicht, ob der chinesische Partner die von Ihnen gewünschten Leistungen erbringen kann (sie werden wegen der Gesichtswahrung nie ein Nein hören!), sondern stellen sie grundsätzlich offene Fragen. Außerdem würde es Ihnen als Schwäche ausgelegt werden, wenn Sie Ihre Karten zu schnell offenlegen. So steht bereits im Klassiker von Sunzi „Die Kunst des Krieges“ (5. Jahrhundert v. Chr.) geschrieben: „Wenn Du den Feind und Dich selbst kennst, brauchst Du den Ausgang von Hundert Schlachten nicht zu fürchten.“ Auch im gleichen Jahrhundert entstandenen Buch der „36 Strategeme“ von General Tan Daoji ist aufgeführt, wie man durch Täuschung und Zermürbung des Gegners, eine flexible und überraschende

Vorgehensweise, sowie anhand einer Analyse der Ziele, Stärken und Schwächen des Verhandlungspartners die Oberhand über Krieg und Verhandlungen gewinnt.

Diese taktischen Vorgehensweisen beherrschen auch die chinesischen Verhandlungsführer von heute.

Um dieser Taktik begegnen zu können, folgt eine Checkliste für das taktische Vorgehen aus deutscher Sicht:

### Checkliste taktisches Vorgehen für die deutsche Seite

<b>Ort</b>	Rechnen Sie mit Verhandlungen in China! In der Praxis finden die meisten Verhandlungen mit Chinesen in China statt. Chinesische Verhandlungspartner fühlen sich in der Rolle als Gastgeber in der Regel sehr wohl und möchten auch gerne ihren Heimvorteil nutzen, indem sie nach ihren Spielregeln die Verhandlung gestalten können. Ferner erschweren momentan ausländerrechtliche Bestimmungen den Reisegeschäftsverkehr für Chinesen nach Deutschland.
<b>Dauer</b>	Kalkulieren Sie große Zeitreserven ein und drängen sie nicht auf einen Abschluss! Nach dem Motto: „Das Leichteste zuerst“, kommen Chinesen erst nach langer Verhandlungsdauer zu den wichtigen Punkten. Geraten Sie dabei nicht in die Stressfalle: Die Chinesen scheinen unendlich viel Zeit zu haben, Sie haben Ihren Rückflug jedoch bereits gebucht und der Chef zuhause erwartet Ergebnisse (Die Reise war ja teuer genug). Lassen Sie sich deshalb in solch einer Situation nicht zu Zugeständnissen hinreißen. Nur wenn Sie über eine überwältige Verhandlungsmacht verfügen, ist die „Brechstangenmethode“ von Erfolg gekrönt.
<b>Gesichtswahrung</b>	Bewahren Sie grundsätzlich Ruhe und Contenance und fallen Sie nicht aus der Rolle. Zwar werden manchmal von Chinesen Wut- oder Zornausbrüche (meist nur von einer Person der chinesischen Delegation) als taktisches Mittel eingesetzt, Sie sollten sich davon nicht beeindrucken lassen.
<b>Ablenkungs- und Täuschungsmanöver</b>	Wie schon oben erwähnt sind Chinesen Meister der strategischen Verhandlungsführung. So kann es Ihnen geschehen, dass gerade bei Verhandlungen, die über mehrer Runden gehen, die chinesische Delegation ohne Vorankündigung einfach die Verhandlungen abbricht – nur mit dem Ziel – Sie zu verunsichern (und dadurch größere Zugeständnisse von Ihnen zu erzielen). Stellen Sie sich einfach darauf ein und bleiben Sie in der Sache hart. Dass während der Verhandlungen einige chinesische Delegationsmitglieder per Handy laut telefonieren oder ein Nickerchen halten, soll Sie ebenso nicht beirren.
<b>Minutes of Meeting</b>	Bestimmen Sie bei wichtigen Verhandlungen auf jeder Seite einen Protokollant, der die Teilergebnisse detailliert festhält. Diese Protokolle sollten am besten am Ende der Verhandlungsrund abgestimmt und von den Verhandlungsführern auf beiden Seiten auch abgezeichnet werden. Sollten Sie dies nicht tun, so wird man Ihnen immer wieder Vorhaltungen machen, sich nicht an bereits vereinbarte Punkte zu halten (auch wenn dem gar nicht so ist).
<b>Verträge</b>	Diese „Detailverliebtheit“ legen Chinesen jedoch gerne nur einseitig zu Ihrem Nutzen aus. Schließen Sie bitte aus obigem nicht darauf, dass Chinesen eine besondere Vertragstreue hätten. Verträge sind nach chinesischer Auffassung Absichten, die man momentan eingehen möchte. Verändern sich die Rahmenbedingungen, so müssen Nachverhandlungen möglich sein. Unternehmerische Erfahrungen lehren, dass Chinesen sich nur dann an Verträge halten, wenn Sie

	diese als „fair“ empfinden. Bei Vertragsabweichungen versuchen Sie bitte zunächst, das Problem in gegenseitigem Einvernehmen (bleiben Sie flexibel!) zu lösen und drohen Sie nicht gleich mit juristischen Konsequenzen.
<b>Preis</b>	In chinesischen Augen ist immer ein rund 20%iger Preisnachlass drin, sei es für die eigenen Produkte oder diejenigen aus Deutschland. Sollten Sie Lieferant sein, so steigen Sie nicht gleich mit Ihrem niedrigsten Kampfpfeis in die Verhandlungen ein. Hintergrund dieser Preisverhandlungspraxis ist, dass der chinesische Unterhändler seinem Chef Ergebnisse in Form von ausgehandelten Preisabschlägen vorlegen muss.

### 3.3 Gege – big brother is watching you!

„Gege“ (gesprochen: „göh-göh“) ist der große Bruder im Hintergrund, der „man behind the curtain“, diejenige, meist ältere Person, die das Sagen hat und häufig nur aus dem Hintergrund agiert. Diese Person werden Sie häufig zu Beginn einer Verhandlungsphase zunächst nicht kennen lernen, manchmal sogar nie. Sie geraten mit Ihrem Verhandlungsteam oft an eine „Vorhut“ in der chinesischen Verhandlungs- bzw. Entscheidungshierarchie – meist ein junges Team, das prüft, ob die gegenseitigen Vorstellungen bezüglich der geplanten Geschäftsbeziehung grundsätzlich Früchte tragen könnte. Sie sollten jedoch im Gegenzug nicht auch ein (zu) junges Team nach China schicken, da Ihnen sonst vorgeworfen würde, Sie hätten kein aufrichtiges Geschäftsinteresse.

Es kann Ihnen des weiteren wiederfahren, dass Verhandlungspartner ausgewechselt werden und Ihnen nun ein frisches, ausgeruhtes Team gegenüber sitzt. Auch dies ist Strategie. Das vierte Strategem (General Tan Daoji) lautet nämlich: „Ausgeruht den erschöpften Feind erwarten“.

Wenn es Ihnen gelingt, herauszufinden, wer tatsächlich das Sagen im chinesischen Verhandlungsteam hat (häufig ein älterer, wortkarger Mann, der erst zu einer späteren Verhandlungsrunde hinzustößt und sich sehr spät in die Verhandlung einklinkt), ist das bereits die „halbe Miete“. Gehen Sie besonders auf dessen Vorschläge bzw. Einwände ein. Achten Sie auch darauf - Ihr kompetenter chinesischer Übersetzer kann Ihnen da helfen – dass in China nominelle Macht (Titel, Funktion, etc.) nicht unbedingt die realen Machtverhältnisse in einem Unternehmen widerspiegelt. Mancher Mitarbeiter mit „niedriger“ Funktion, aber z.B. in Personalunion Schwiegersohn eines Entscheidungsträgers, hat schon hie und da ein Geschäft möglich oder unmöglich gemacht.

### 3.4 Guanxi

Mangels Rechtssicherheit spielen persönliche Beziehungen in China eine entscheidende Rolle. Die Standardübersetzung von „Guanxi“ mit „Beziehungen“ oder „Vitamin B“ greift zu kurz. Man müsste treffender sagen „Vitamin B- Komplex“. Guanxi ist die wechselseitige Verpflichtung zweier Menschen, die auf Vertrauen und gegenseitiger Hilfestellung basiert: „Hilfst Du mir, so helfe ich Dir. Habe ich Dir einmal geholfen, und Du hilfst mir nicht, hast Du das Gesicht verloren“. Durch die richtigen Guanxi sichert sich ein Chinese in einem wenig rechtssicheren Umfeld ab und das Guanxi-Netzwerk erlaubt ihm Aufstieg, Karriere, aber auch Gesicht.

So gilt es auch für Sie eine gute, freundschaftliche Beziehung zu Ihren Geschäftspartner zu entwickeln, die langfristig ausgerichtet ist. Denn haben Sie sich einmal die richtigen Guanxi erarbeitet, wird vieles in China einfacher und reibungsloser ablaufen als zuvor. Es werden Ihnen Türen geöffnet werden, von deren Existenz sie nicht einmal etwas wussten.

Deshalb seien Sie vorsichtig mit der von Chinesen so abschätzig titulierten aber nicht selten im Geschäftsleben anzutreffenden „Seemöventaktik“ der Ausländer: Man fliegt mit viel Gekreische an, lässt Mist ab und flattert wieder schnell davon. Auch in diesen Kontext passt, dass Sie es mit Ihren Geschäftsbestrebungen in China schneller Erfolg haben werden, wenn Sie eine Adresse in China (z.B. ein Repräsentanzbüro) vorweisen können. Sie zeigen damit Ihr langfristiges Interesse am Reich der Mitte.

### **3.5 Geschäftssessen**

In Deutschland gehört es zum guten Ton, Geschäftliches und Privates strikt zu trennen – so nicht in China. In chinesischen Augen ist es geradezu unhöflich, sich nicht nach dem persönlichen Befinden, der Familie und Hobbies des Geschäftspartners zu fragen.

Dies ist auch Element des chinesischen Führungsstils: Ein guter Chef ist wie ein Vater zu seinen Mitarbeitern, der zwar einerseits uneingeschränkte Loyalität (keinen Widerspruch) erwartet, sich andererseits aber auch um private Belange der eigenen Mitarbeiter kümmert.

Wie könnte man sich nun besser näherkommen als bei einem reichhaltigen gemeinsamen Essen? Essen zählt zu den beliebtesten Beschäftigungen der Chinesen und es ist ein perfekter Rahmen um festgefahrene Verhandlungen wieder in Gang zu bringen.

Für das China-unerfahrene Delegationsmitglied ist ein Geschäftsessen in China eine spannende Sache: Was, wie und wie laut gegessen wird unterscheidet sich schon stark von europäischen Sitten. Gerade in Südchina findet so ziemlich jedes Lebewesen seinen Weg in den Wok. Gegessen wird gemeinsam von großen Tellern, die sich auf einer Drehscheibe in der Mitte des runden Tisches befinden (Achten Sie unbedingt auf einen ausreichenden Hepatitis A-Impfschutz!). Und leise geht es bei chinesischen Geschäftsessen selten zu: Lautes Schmatzen, Schlürfen und Spucken ist an der Tagesordnung und nach fortgeschrittenem Alkoholgenuss wird vor allem das Abendessen schnell „familiäre Züge“ annehmen.

Noch ein paar kurze Ratschläge zum Geschäftsessen: Wenn Sie keinen Hunger mehr haben, so essen Sie bitte nicht ganz auf. Bedenken Sie, dass ein chinesisches Geschäftsessen häufig aus 15 oder mehr Gängen besteht. Verlangen Sie niemals (!) eine getrennte Rechnung. Trinken Sie – wie die Chinesen – entweder viel Alkohol (Sie müssen manchmal mit der ganzen chinesischen Delegation einzeln anstoßen) oder geben Sie vor, einen Leberschaden zu haben (weltweit am meisten verbreitet in China aufgrund chronischer Hepatitis B- und C-Erkrankungen) und trinken gar keinen Alkohol – auch nicht abends an der Hotelbar (Sie könnten gesehen werden). Wenn Ihr Gastgeber einen Toast ausgibt und eine kleine höflich-freundschaftliche Tischrede hält, so sollten Sie diese nach einer kleinen Pause in ähnlichem Stil erwidern.

### **3.6 Geschenke**

Auch in Asien erhalten kleine Geschenke die Freundschaft. Die Betonung liegt hier auf klein, denn sie sollte eindeutig mit Korruption nichts zu tun haben. Seien Sie vorsichtig, wenn Sie zu Zahlung von Bestechungsgeldern aufgefordert werden. Die Korruption zählt in China zu den „fünf großen Übeln“ (Kampagne Mao Zedongs 1952 gegen Bestechung, Steuerhinterziehung, Diebstahl von Staatseigentum, Betrügereien bei der Erfüllung staatlicher Aufträge sowie Diebstahl von Wirtschaftsinformationen) und wird intensiv verfolgt und hart bestraft (bis zur Todesstrafe bei wiederkehrenden Vergehen).

Kleinere Geschenke, wie Alkoholika, Zigarren, Kameras und typisch deutsche Souvenirs wie Bildbände vom Rhein, Bierkrüge, Uhren mit „Sternsymbol“ oder ähnliches sind sehr willkommen. Schenken Sie gemäß der Hierarchie des chinesischen Verhandlungsteams. Meiden Sie die Zahl 4 („si“ - wird ausgesprochen wie „sterben“) und verpacken Sie Ihre Geschenke aufgrund der symbolischen Wirkung farbenfroh (z.B. Rot und Gelb) und nicht in Weiß oder Schwarz.

### 3.7 Gewogener Dolmetscher

Ein weiterer Schlüssel für Ihren Geschäftserfolg in China ist es, den richtigen Dolmetscher zu finden und für Ihre Sache zu verpflichten. Denn ein professioneller Dolmetscher ist nicht nur bloßer Übersetzer des Gesagten, er ist auch Mittler zwischen den Kulturen und besitzt hochsensible Radarstationen für Zwischentöne, die sonst der deutschen Verhandlungsseite verborgen blieben. Ein perfekter Dolmetscher übersetzt zwar nicht immer wörtlich aber sinngemäß, d.h. er mildert einerseits deutsche Kritik und macht sie für Chinesen durch indirekte Kommunikation „verdaulich“, andererseits versteht er, auch die leisen Misstöne zu deuten, die von Chinesen meist gesichtswahrend verlautbar werden.

Zusätzlich zu diesen interkulturellen Fähigkeiten benötigt er einen umfangreichen technischen Wortschatz. Deshalb ist es sinnvoll, besondere Begriffe im Vorfeld mit dem Dolmetscher zu klären bzw. genauer zu erläutern. Nehmen Sie sich viel Zeit für die Vorbereitung Ihres Dolmetschers. Machen Sie ihn genau mit Ihrer Firma und Ihren Produkten bzw. Dienstleistungen vertraut. Beachten Sie bitte auch, dass bei der Übersetzung großer Zahlen Vorsicht geboten ist, da in China in 10.000er und nicht wie bei uns in 1.000er-Schritten gezählt wird (bei Unklarheit einfach Zahlen notieren und dem Verhandlungspartner zeigen).

Besorgen Sie sich von Ihrem Dolmetscher Referenzen oder nutzen Sie die Unterstützung der Deutschen Auslandshandelskammer in China ([www.china.ahk.de](http://www.china.ahk.de)) oder des Bundes der Dolmetscher und Übersetzer ([www.bdue.de](http://www.bdue.de)), damit Ihnen nicht das folgende widerfährt:

Immer wieder wird von geschäftlichen Misserfolgen berichtet, die auf unprofessionelle Dolmetscher zurückzuführen sind. Dolmetschen wird in China, trotz der immensen sprachlichen Leistung, als eine vergleichsweise niedrige Dienstleistung angesehen. So kann es geschehen, dass der Dolmetscher meint, er müsse seine eigenen Interessen verfolgen, indem er sich inhaltlich in die Verhandlungen einschaltet und damit versucht, sich selbst darzustellen. Bei sprachlichen Unklarheiten wird dann auch nicht nachgefragt, es könnte ja sein Gesicht rauben. Sollten Sie dies erahnen, so versuchen Sie, die Situation genau zu klären. Im Zweifelsfalle trennen Sie sich besser von ihm.

Anbei noch als eine Art Checkliste, damit die Geschäftsreise nach China erfolgreich wird:

#### China Survival Kit

<b>Firmenname</b>	Lassen Sie sich Ihren Firmennamen vor Ihrer China-Reise von Fachleuten übersetzen (am besten: phonetische und inhaltliche Übersetzung, bzw. positive Korrelation zu Ihren Produkten, Ihrer Firma).
<b>Visitenkarten</b>	Auch Ihr Name sollte ins Chinesische übersetzt werden, inklusiv Ihrer Funktion. Nehmen Sie pro Aufenthaltswoche rund 100 zweisprachige Visitenkarten mit. Eventuell Ihre Funktion „upgraden“.
<b>Geschenke</b>	Haben Sie auch an alle Geschenke gedacht?
<b>Dolmetscher</b>	Am besten weit vor den Gesprächen Dolmetscher organisieren und Zusammenarbeit vorbereiten.
<b>Zeit</b>	Sie sollten bei Verhandlungen Zeitpuffer einplanen.
<b>Protokoll</b>	Wer wird bei Ihnen das Verhandlungs- bzw. Fortschrittsprotokoll führen?
<b>Unternehmenspräsentation</b>	Haben Sie eine mindestens Englische Unternehmenspräsentation (z.B. Power-Point) dabei? Haben Sie Firmenflyer ins Chinesische übersetzen und farbig drucken lassen?
<b>Auswahl der richtigen Mitarbeiter</b>	Haben Sie die richtigen Mitarbeiter (Funktion und ausreichend motiviert für Auslandseinsatz) in Ihrem Team dabei?
<b>Visa und Impfungen</b>	Haben alle ein Visum (Reisepass muss mindestens noch ein halbes Jahr gültig sein). Empfohlene Schutzimpfungen: Tetanus, Diphtherie, Hepatitis A (+B), Typhus, Japanische Enzephalitis.