



Geschäftsbereich International
www.mittlerer-niederrhein.ihk.de

HINTERGRUND UND ZIELE

2

Wer über interkulturelle Kompetenz verfügt, ist in der Lage, mit Menschen aus anderen Kulturen erfolgreich zu agieren.

Ein für beide Seiten zufriedenstellendes Miteinander ist nicht selbstverständlich. Oft unterscheiden sich die Denk- und Verhaltensmuster von Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft deutlich voneinander. Die Unkenntnis der jeweiligen Anschauungen, Werte und Gepflogenheiten kann schnell zu Missverständnissen führen. Und damit zum Scheitern von internationalen Geschäften und Beziehungen.

Das Literaturangebot zum Erwerb von interkultureller Kompetenz ist so vielfältig wie platzgreifend. Mit unseren Interkulturellen Pocket-Guides bieten wir Ihnen ein Format für die „Westentasche“. Sie liefern Wissenswertes zu ausgesuchten Kulturen, handlich und übersichtlich präsentiert. Etwa zur Vorbereitung in der Hotellobby auf den ersten Small Talk mit dem ausländischen Kunden. Oder zum raschen Nachschlagen von Verhaltenstipps während der Taxifahrt zum Geschäftsessen.

Wir wünschen Ihnen eine kurzweilige und nutzbringende Lektüre!

UNSER CO-AUTOR UND EXPERTE

Ming Zhong

Der ehemalige Managing Director an der Sino-German School of Governance der Universität Witten/Herdecke und Trainer am Institut für interkulturelles Management bereitet bereits seit 1995 deutsche und chinesische Geschäftsleute auf die interkulturellen Aspekte eines wirtschaftlichen Engagements vor. www.linkedin.com/in/ming-zhong-11a17716/



15

GUT ZU WISSEN



Nützliche Adressen



Institutionen

Delegation der Deutschen Wirtschaft in Shanghai

25/F China Fortune Tower
1568 Century Avenue
Shanghai 200122
Tel.: +86 21 6875 8536
www.china.ahk.de

Botschaft der Bundesrepublik Deutschland

17, Dongzhimenwai Dajie
Peking 100600
Tel.: +86 10 8532 9000
www.peking.diplo.de

Konfuzius-Institut Düsseldorf e.V.

Graf-Adolf-Straße 63
40210 Düsseldorf
Tel.: +49 211 4162 8540
www.konfuzius-duesseldorf.de

Goethe-Institut Shanghai

101 Cross Tower
Fu Zhou Lu 318
Shanghai 200001
Tel.: +86 21 6391 2068
www.goethe.de/shanghai

Länderschwerpunktkammern für China

IHK Köln, Tel.: +49 221 1640-1561, www.ihk-koeln.de

IHK für die Pfalz, Tel.: +49 621 5904-1920, www.pfalz.ihk24.de

IHK Frankfurt am Main, Tel.: +49 69 2197-1433, www.frankfurt-main.ihk.de

Medien

China Daily (Zeitung)
www.chinadaily.com.cn

Global Times (Zeitung)
www.globaltimes.cn

Chinese Central Television (TV-Sender)
www.cctv.com

China-Telegramm (E-Paper)
www.china-telegramm.de

Auflösung des Quiz (S. 14)
1. c, 2. b, 3. a, 4. c, 5. b, 6. a.

www.ihk-inkulturrelle-kompetenz.de

Sie unter folgender Internetadresse:
Wissenswertes zum Thema
Alle Ausgaben und noch mehr

Länder-Ausgaben erschienen.
„Westentasche“ sind weitere
Interkulturelle Kompetenz für die
In der Reihe IHK Pocket-Guide –

Weitere Ausgaben

Februar 2022,
soweit nicht anders vermerkt.

Stand der Publikation

Alexandra Kroll
Tel.: 02131 9268-587
E-Mail: alexandra.kroll@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Ansprechpartner

IHK Mittlerer Niederrhein
Geschäftsbereich International
Friedrichstraße 40
41460 Neuss
www.mittlerer-niederrhein.ihk.de

Herausgeber

INHALT		3
China im Kurzprofil		4
Kulturstandards		6
Verhaltenstipps		7
Die erste Begegnung		7
Die Konversation		8
Die Geschäftsverhandlung		9
Das Geschäftsessen		10
Private Einladungen		11
Mini-Sprachführer Chinesisch		12
Wie war das noch mal?		14
Gut zu wissen		15

Die Natur der Menschen lässt sie einander nah sein, doch die Gebräuche halten sie voneinander fern.
(Konfuzius, chinesischer Philosoph)

Quiz		14
1 Was repräsentieren die vier kleinen Sterne in der chinesischen Nationalflagge nach herrschender Meinung?		1
2 Auf welchen chinesischen Politiker geht die Transformation der früheren Planwirtschaft Chinas zurück?		2
3 Was zeichnet die chinesische Kultur u.a. aus?		3
4 Was ist typisch für die chinesische Verhandlungsführung?		4
5 Welches Verhalten sollten Sie in China besser nicht an den Tag legen?		5
6 Shi multipliziert mit bái ergibt was?		6

Die Lösungen finden Sie auf der letzten Seite (Rückseite).

CHINA IM KURZPROFIL*



Staatsname Volksrepublik China

Staatsform Sozialistische Volksrepublik

Hauptstadt Peking

Größe 9.596.961 km² (BRD: 357.022 km²)

Staatsoberhaupt Präsident Xi Jinping

Regierungschef Ministerpräsident Li Keqiang (Kommunistische Partei Chinas)

Nationalflagge Die offiziell „Rote Fahne“ genannte Nationalflagge wurde erstmals mit Gründung der Volksrepublik China am 1. Oktober 1949 durch die siegreichen Kommunisten gehisst. Die Fahne zeigt fünf gelbe Sterne auf rotem Grund. Nach der geläufigsten Deutung repräsentiert der große Stern die Kommunistische Partei, während die vier kleineren Sterne an die vier sozialen Klassen in China (Arbeiter, Bauern, Kleinbürger, Bourgeoisie) erinnern sollen. Die Farbe Rot steht für die kommunistische Revolution, sie ist aber auch die Farbe der Han-Chinesen.

Nationalhymne „Yiyongjun Jinxingqu“ („Der Marsch der Freiwilligen“)

Geschichte **1912** Das über 2000 Jahre alte Kaiserreich China endet mit Gründung der ersten chinesischen Republik.
1949 Mao Zedong ruft die Volksrepublik China aus.
1977 Mit dem Wiedererhalt seiner politischen Ämter ergreift Deng Xiaoping die Macht und beginnt, die Planwirtschaft China in eine „sozialistische Marktwirtschaft“ zu transformieren.



MINI-SPRACHFÜHRER CHINESISCH

Alltagsglossar

Bank	yínháng [jínhang]
Restaurant	fàndiàn [fán_dì_en]
Speisekarte	càidān [zài_dan]
Apotheke	yàodiàn [yào_dì_en]
Krankenhaus	yīyuàn [jī_üān]
Arzt	yīshēng [jī_sh(e)ng]
Deutsche Botschaft	déguó dàshǐguǎn [d(ö)guo(a) da_sch(i)_guan]
Polizei	jǐngchá [dchingschah]
Taxi	chūzūchē [tschu_ſu_tsch(e)]
Flughafen	fēijīchǎng [fāi_dchí_tschang]
eins	yī [i]
zwei	èr [a(r)]
drei	sān [sann]
vier	sì [ʃ(i)]
fünf	wǔ [u]
sechs	liù [liu]
sieben	qī [tchi]
acht	bā [bah]
neun	jiǔ [dchí_u]
zehn	shí [sch(i)]
fünfund	wǔshí [wu_sch(i)]
hundert	bǎi [bei]
tausend	qiān [tchi_(e)n]

Währung	Renminbi Yuan (RMB) 12.990 USD (Schätzung für 2022) 18.463 Mrd. USD (Schätzung für 2022)
BIP-pro-Kopf	18.463 Mrd. USD (Schätzung für 2022)
BIP**	18.463 Mrd. USD (Schätzung für 2022)
Klima	Das (Monsun-)Klima ist vor allem im Norden kontinental, im Süden eher tropisch geprägt.
Altersstruktur	65 Jahre und älter: 12,0 % 15-64 Jahre: 70,3 % 0-14 Jahre: 17,7 % (Schätzung für 2021)
Wachstum	0,3 % Bevölkerungswachstum (Schätzung für 2021)
Bevölkerung	1.444 Mio. Einwohner (Schätzung für 2021)
Wichtige Feiertage	Januar/Februar Mit dem „Frühlingsfest“ wird nach dem traditionellen chinesischen Kalender das neue Jahr (daher auch „Neujahr“) fest „genannt“ eingeleitet. Der Beginn des Festes fällt alljährlich auf einen Neumond zwischen dem 21. Januar und 21. Februar. 1. Mai Internationaler Tag der Arbeit 1. Oktober Am Nationalfeiertag wird die Gründung der Volksrepublik China gefeiert.
Sprache	Amtssprache ist Hochchinesisch (Mandarin). Die Mehrheit der Chinesen bekennt sich offiziell zu keiner Religionsgruppe. Im laizistischen Staat China werden die folgenden Religionen anerkannt: Daoismus, Buddhismus, Islam sowie die protestantische und katholische Kirche.
Religion	Die Mehrheit der Chinesen bekennt sich offiziell zu keiner Religionsgruppe. Im laizistischen Staat China werden die folgenden Religionen anerkannt: Daoismus, Buddhismus, Islam sowie die protestantische und katholische Kirche.

Guten Morgen!	zǎo ān! [dǎo ān ann]
Guten Tag!	nǐ hǎo! [nǐ hǎo]
Guten Abend!	wǎn ān! [uǎn ann]
Wie geht es Ihnen?	nǐ hǎo ma? [nǐ hǎo ma]
Mir geht es gut.	wǒ hěn hǎo. [wǒ hǎo henn]
Ich heiße ...	wǒ jiào ... [wǒ (a) dǎo]
Wie heißen Sie? (formell)	nǐ nǐ xìng? [nǐ nǐ xìng]
Herzlich willkommen!	huānyíng guānglín! [huān yíng guānglín]
Es freut mich, Sie kennenzulernen.	hěn gāoxìng rěnsī nǐ. [henn gǎo xìng (i) (o) sch(i) nǐ]
Ich komme aus ...	wǒ shì cóng ... lái de. [wǒ (a) sch(i) tǐ zung lái dǐ (o)]
Deutschland	déguó [dǐ (o) guó (a)]
Danke für Ihre Einladung.	xièxie nǐ de yāoqǐng. [xiè xiè nǐ de (e) nǐ en dǐ (o)]
Auf Wiedersehen!	zàijiàn! [dǎo sǎi, dǎi (e)]
Vielen Dank!	duōxiè! [duo sǎi (e)]
Bitte (sehr).	bùkèqǐ! [bù kǐ (e) tǐ]
Ja (, so ist es).	shì. [sch(i)]
Nein (, nicht so).	bù. [bù]

Deutschland	China
Sachorientierung: Konzentration auf Inhalte und Aufgaben (Priorität). Über die Sache wird eine (Personen-) Beziehung hergestellt.	Beziehungsorientierung: Das persönliche Verhältnis hat Vorrang vor der Sache. Eine Sache hat dann eine Chance, wenn man die richtige Person kennt („guanxi“).
Hierarchieorientierung: Bewusstsein für Hierarchien ist unterschiedlich ausgeprägt. Unterschiede in der Stellung werden von Leistung und Qualifikation abhängig gemacht.	Hierarchieorientierung: Bewusstsein für Hierarchien ist stark ausgeprägt. Status wird u.a. durch Alter , Klasse und Erziehung definiert.
Regelorientierung: Regeln und Strukturen sind wichtig. Sie dienen zur Risikominimierung , Orientierung , Kontrolle und Fehlervorbeugung .	Regelorientierung: Regeln und Strukturen sind wichtig. Sie dienen dem Erhalt von Harmonie und der Vermeidung des Gesichtsverlustes .
Individualismus: Die Freiheit des Einzelnen sowie das Streben nach Selbstverwirklichung stehen im Mittelpunkt.	Kollektivismus: Innerhalb der „Eigengruppe“ verhält man sich gruppenorientiert, sonst überwiegt zunehmend individuelles Verhalten.
Low-Context Culture: Man sagt, was man denkt, eindeutig und unverschlüsselt. Das „Was“ ist wichtig, nicht das „Wie“.	High-Context Culture: Kommuniziert wird eher indirekt und kontextbezogen. Ranghohe Personen sind aber meistens sehr direkt.
Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen: Beruf und Privates werden ungern vermischt.	Beziehung von Arbeits- und Lebensbereich: nicht so klar getrennt wie in Deutschland. Man räumt allerdings dem Arbeitsbereich eine hohe Priorität ein.

Private Einladungen
<ul style="list-style-type: none"> Private Einladungen nach Hause werden nur sehr selten ausgesprochen. Häufiger sind hingegen gemeinsame Restaurantbesuche, verbunden etwa mit einem anschließenden Abstecher in eine der zahlreichen Karaokebars. Sollten Sie von Ihrem chinesischen Geschäftspartner in seine „vier Wände“ eingeladen werden, so ist dies als eine Geste von großem Vertrauen und Wertschätzung zu verstehen. Bei privaten Einladungen spielt Pünktlichkeit keine große Rolle. Bei großer Verspätung sollten Sie allerdings Ihren Gastgeber informieren. Bevor Sie die Wohnung betreten, ziehen Sie bitte Ihre Straßenschuhe aus. Üblicherweise bekommt man Hausschuhe angeboten oder man läuft auf Strümpfen. Loben Sie ruhig die Wohnungseinrichtung Ihres Gastgebers, beziehen Sie Ihr Kompliment aber besser nicht auf einen bestimmten Gegenstand. Andernfalls könnte ein solches Lob den Hausherrn veranlassen, Ihnen die betreffende Sache aus Gastfreundlichkeit zu schenken. Gesellige Abende im Hause Ihres chinesischen Geschäftspartners dauern meistens nicht bis in die tiefe Nacht. Verabschieden Sie sich am besten zeitig, auch wenn Ihr Gastgeber aus Höflichkeit auf einem längeren Aufenthalt „bestehen“ wird. Bringen Sie Ihrem chinesischen Geschäftspartner und seiner Familie (am besten auch seinen Kindern) Geschenke mit. Diese überreicht man kurz nach der Ankunft. Ihr Gastgeber wird sie aber nicht sofort auspacken und auch später selten erwähnen. Verpacken Sie Ihre Geschenke mit rotem Papier, vermeiden Sie die Farbe Weiß. Rot ist die Glücksfarbe der Chinesen, Weiß steht hingegen für Trauer. Eine goldene Schleife rundet die Verpackung ab.



Die erste Begegnung

- Achten Sie darauf, die Ihnen von Ihrem chinesischen Gegenüber zur **Begrüßung** entgegengestreckte Hand nur sanft zu drücken. Das Handschütteln gleicht in China, auch wenn es als Alternative zum Einander-Zunicken mittlerweile verbreitet ist, eher einem In-einanderlegen der Hände. Sehr herzlich fällt die Begrüßung aus, wenn die entgegengehaltene Hand jeweils mit beiden Händen geschüttelt wird. Untersuchen Sie Ihre Kenntnisse der lokalen Sitten mit einem Gruss auf Chinesisch.

- Nehmen Sie die Ihnen überreichte **Visitenkarte** mit beiden Händen an und studieren Sie den Inhalt der Karte sorgfältig und mit dem gebührenden Respekt. Fragen Sie Ihr Gegenüber ruhig nach der richtigen Aussprache seines Namens. Übergeben Sie Ihre zweisprachige (englisch/chinesisch) beidseitig bedruckte Visitenkarte ebenfalls mit beiden Händen und zwar am besten so, dass ihr Empfänger den Inhalt gut lesen kann. Treffen Sie auf eine Gruppe chinesischer Geschäftskollegen, so reichen Sie zuerst dem Ranghöchsten Ihre Visitenkarte. Dies kann durchaus eine Frau sein, da weibliche Führungskräfte in China keine Seltenheit sind.

- Es ist ratsam, sich bei der **Präsentation** der persönlichen oder firmenbezogenen Daten z. B. auf Visitenkarten oder in Unternehmenspublikationen durch einen fachkundigen Muttersprachler oder kompetenten Übersetzer unterstützen zu lassen. In manchen Fällen ist es nicht ausreichend, die deutschen Angaben einfach nur zu übersetzen. Vielmehr sollte die chinesische Übersetzung auch ein positives Image transportieren. Denken Sie daran, dass zur Erzeugung einer möglichst vorteilhaften Reputation auch die vollständige Nennung Ihrer Titel, Funktionen und sonstiger (Ehren-)Ämter gehört.

- Bei der **Anrede** sind auch der Titel bzw. die Position Ihres chinesischen Gegenübers zu nennen. Die Chinesen setzen ihren Nachnamen in aller Regel vor ihren Vornamen. (Tipp: Der Nachname ist häufig einsilbig bzw. der kürzere von beiden Namen.)



VERHALTENSTIPPS

7



Das Geschäftsessen

- In der Regel spricht der chinesische Geschäftspartner die **Einladung** zum Essen aus. Die Rechnung übernimmt immer der Gast-gabe. Als **Orte** werden sehr gute Restaurants bevorzugt, die die Einnahme der Mahlzeit in einer abgetrennten Räumlichkeit ermöglichen. Solche Separates vermitteln in Prestige und die nötige Ruhe zur Pflege der geschäftlichen Beziehungen.

- Die **Sitzordnung** sieht vor, dass ranghohe Personen und der Gast am entferntesten von der Tür sitzen. Üblicherweise wird Ihnen Ihr Sitzplatz von Ihrem Gastgeber zugewiesen.

- **Bestellungen** werden nicht individuell aufgegeben, sondern Ihr Gastgeber bestellt eine (zu) großzügig bemessene Auswahl an Speisen für alle Teilnehmer. Grundsätzlich werden Sie aufgefordert, von jedem Gericht das erste Häppchen zu nehmen.
- Wenn Sie von einer **bestimmten Speise** nicht probieren möchten, drehen Sie die Platte, auf der in der Tischmitte die Gerichte platziert sind, einfach im Uhrzeigersinn bis zu Ihrem Tischnachbarn weiter. Essen Sie nur das, was Sie gerne essen möchten und können. Vermeiden Sie aber jegliche negativen Kommentare.
- Fordern Ihr chinesischer Gastgeber zum **„ganbei“** auf, heißt es: „das Glas „auf ex“ zu leeren. Bei mangelnder Trinkfestigkeit können Sie um eine Verminderung der Trinkmenge bitten oder sich mit angeblich zuvor eingenommenen Medikamenten „herausreden“.

- **Schätzen, Schützen und Rülpsen** während des Essens sind in China normal und gelten nicht als unhöflich. Vermeiden Sie es allerdings unbedingt, sich bei Tisch laut die Nase zu putzen.
- Nach dem letzten Gang (meistens Obst) ist das Essen üblicherweise **bendet**, und man verlässt vergleichsweise zügig das Lokal.



VERHALTENSTIPPS

10



VERHALTENSTIPPS

8

Die Konversation

- **Smalltalk** steht in China am Anfang eines jeden geschäftlichen Termins und dient dazu, eine harmonische Atmosphäre zu erzeugen sowie ein Grundvertrauen aufzubauen. Unterschätzen Sie daher diese Disziplin nicht und bringen Sie eine Menge Geduld mit: Chinesen investieren häufig viel Zeit in diesen „Aufgabelock“ und nähern sich dem eigentlichen Thema nur sehr langsam an.
- Halten Sie einige **Gesprächsthemen** parat, die Sie in den Austausch mit Ihrem chinesischen Gesprächspartner einbringen können. Das können interessante Erlebnisse bei der eigenen Anreise sein oder aber Themen, die den Stolz der Chinesen angemessen ansprechen. Beispiele hierfür sind das reiche kulturelle Erbe Chinas oder die erfolgreiche Organisation von Großereignissen wie die Olympischen Spiele 2008 in Peking oder die World Expo 2010 in Shanghai. Wichtig ist es, eine positive Grundhaltung dem Land gegenüber authentisch zu vermitteln. Vermeiden Sie es, sensible Themen wie die chinesische Tibet- oder Taiwanpolitik anzuschneiden.
- Wichtig ist es ebenfalls, den eigenen **Kommunikationsstil** an die chinesischen Gepflogenheiten anzupassen. Vermeiden Sie die Verwendung von Ironie und Formulierungen im Konjunktiv. Beides kommt in der chinesischen Sprache bzw. im Sprachgebrauch nicht vor und wird daher nicht oder falsch verstanden. Ein „Nein“ wird in China häufig indirekt formuliert, da man Konfrontation gerne vermeidet. Daher ist es empfehlenswert, statt mit Entscheidungsfragen mit offenen Fragen zu arbeiten. In den Antworten wird entweder Zustimmung direkt ausgesprochen oder Ablehnung indirekt angedeutet. Unterbrechen Sie weder den Gesprächspartner noch den Dolmetscher. Eine Unterbrechung wirkt auf den Chinesen ebenso unhöflich wie aufbrausendes Verhalten, das Äußern von Kritik oder Verärgerung. Grundsätzlich gilt: Kommunizieren Sie in China „gesichtswahrend“.



VERHALTENSTIPPS

6

Die Geschäftsverhandlung

- Eine gute **Vorbereitung** ist für die erfolgreiche Verhandlung mit chinesischen Geschäftspartnern von enormer Bedeutung. Informieren Sie sich vor der Verhandlung möglichst genau über Ihre Partner. Sie werden feststellen, dass diese sich in der Regel (mindestens) ebenso eingehend über Sie erkundigt haben.
- Chinesen treten sehr häufig in **Delegationsstärke** auf. Reisen Sie daher nicht alleine zu Verhandlungen, sondern umgeben Sie sich mit einem klug zusammengestellten Team aus Fachleuten Ihres Unternehmens. Sprechen Sie vorher die Rollenverteilung und Gesprächstaktik ab. Beachten Sie, dass Chinesen grundsätzlich dem ältesten Verhandlungspartner die Führungsrolle zuordnen.
- Auf Folgendes ist in Sachen **Verhandlungsführung** zu achten: Verhandeln Sie nicht unter Zeitdruck bzw. zeigen Sie nicht, dass Sie unter Zeitdruck stehen. Chinesische Geschäftspartner gehen gerne taktisch vor und nutzen solche Situationen „kriegslistig“ aus. Häufig spielen sie auf Zeit, um Sie „weich zu kochen“. Zeigen Sie sich bei Fragen und Wünschen der chinesischen Seite immer kooperativ, und bemühen Sie sich um eine Lösung, selbst wenn dies schwierig ist. Geben Sie jedoch Verhandlungspositionen, die Ihnen wichtig sind, nicht zu schnell auf. Bleiben Sie hartnäckig.
- **Entscheidungen** werden selten während der Verhandlung, sondern meist hinter den Kulissen getroffen. Drängen Sie Ihre Geschäftspartner daher nicht zu einem Entschluss. Rechnen Sie stets mit Überraschungen, auch wenn scheinbar alles geregelt ist. Einmal getroffene Vereinbarungen werden oft revidiert und neu verhandelt.
- Nehmen Sie einen **Vertrag** trotzdem ernst, auch wenn er in China mehr den Charakter einer Absichtserklärung hat. Sprechen Sie nicht von „Vertragsbruch“ und ziehen Sie nicht umgehend vor Gericht. Setzen Sie besser auf Mediation durch einen erfahrenen und hochrangigen Vermittler. Das hilft, Gesichtsverlust zu vermeiden und mit vermittelten Kompromissen Harmonie zu stiften.

