

Vorwort

Mag es auch viele Regalmeter Literatur über China geben – in keinem Bereich der Kooperation werden nach wie vor so grundlegende Fehler begangen wie im Interkulturellen Management. Dass nun eine 3. Auflage dringend erforderlich ist, unterstreicht den Bedarf fundierter Chinainformation.

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 verbindet 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 über 30-jähriger Chinaerfahrung bewusst, 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 Workshops und in der Beratungstätigkeit immer wieder gewünscht wurde. Für die 3. Auflage wurde der Text aktualisiert.

Gaiberg bei Heidelberg/Shanghai, im Sommer 2014

Manuel Vermeer

China.de

Was Sie wissen müssen, um mit Chinesen erfolgreich
Geschäfte zu machen

Vermeer, M.

2015, XII, 179 S., Hardcover

ISBN: 978-3-8349-4704-8