



Business mit China – Chinesische Geschäftskultur

Hamburg, 01. Februar 2018. Seit vielen Jahren motiviert Chinas dynamisches Wirtschaftswachstum deutsche Unternehmen, sich intensiv auf dem chinesischen Markt zu engagieren. Westliche und chinesische Manager (w/m) wissen zwar weitgehend, was sie in Bezug auf Verhandlungsführung miteinander erwartet, die widersprüchliche chinesische Kultur irritiert jedoch immer wieder deutsche Geschäftsleute.

Oft sehen Chinesen kein Problem darin, völlig konträre Meinungen oder Tatsachen zu erdulden. Trotz ihres indirekten Kommunikationsstils können sie sehr direkt werden, wenn es darum geht, etwas klarzumachen. In der chinesischen Sprache finden sich oft uralte kriegesrisch geprägte Ausdrücke. Zum Beispiel der Katalog von Listtechniken – die „36 Strategeme“, die jedoch nicht zur „Vernichtung“ des (westlichen) Gegenübers eingesetzt werden. Sosehr das konfuzianische Denken die kollektive Reflexion verstärkt, sosehr denken viele Chinesen heute auch absolut individuell, wenn es darum geht, die eigenen Rechte einzufordern. Und dieser Widerspruch in der Business-Kultur kann für westliche Führungskräfte irritierend sein: auf der einen Seite endlose Verhandlungsmarathons, auf der anderen Seite mittelmäßige Verträge für kurzfristige Erfolge. Die Geschwindigkeit, in der Chinesen Dinge in die Tat umsetzen, ist bemerkenswert.

Chinesen entwickelten diese Haltung wohl schon während der chinesischen Kulturrevolution, als alle gegeneinander spionierten, später könnte die Ein-Kind-Politik sowie die Massenmigration in die größeren Städte den übermäßigen Individualismus gefördert haben. Allerdings sind in China auch kurzfristig getroffene Entscheidungen erst durch langfristig gepflegte Beziehungen möglich. Absolute Flexibilität ist also vom Westler gefragt; die Zeit, um die Zukunft zu prognostizieren, kann er sich allerdings weitgehend sparen.

Nachfolgende Verhandlungstipps für westliche Geschäftspartner gelten nach wie vor:

- Sich einstellen auf das Kurzfristen Denken auch bei der E-Mail-Korrespondenz (nach wenigen Stunden zumindest eine Teilantwort liefern).
- Häufig verhandeln chinesische Unternehmen nur mit Leuten, die sie als erfahrene Persönlichkeiten einschätzen. Darum sollten deutsche Unternehmen ältere Mitarbeiter (w/m) als Verhandlungspartner nach China schicken.
- Das Führen eines Verhandlungsprotokolls ist unerlässlich – so können Beschlüsse besser kontrolliert werden, denn Nachverhandlungen sind von chinesischer Seite her normal.
- Freundlichkeit der anderen Seite sollte nicht mit Harmonie und Nachgeben verwechselt werden.
- Bedenken, dass der chinesische Flügel äußerst gut vorbereitet ist, taktisch vorgeht und weiß, worauf er hinauswill.
- Wut (manchmal) und Stille sind zwei (schauspielerische) Strategien, die Druck auf den Verhandlungspartner ausüben sollen. Schweigen kann allerdings auch indirekt ein Nein ausdrücken. Echte Global Player fallen darauf jedoch schon lange nicht mehr herein. Während dieser Pausen sammeln auch sie sich, denken nach und trinken Tee.



Etikette Trainer International

- Präsentations- und Verhandlungs-Unterlagen, die man in doppelter Menge dabei haben sollte, sind visuell ansprechend und bunt auszuarbeiten. Bilder, Grafiken, die eigene Nationalflagge, Firmenprospekt und Filme begeistern. Sind die Hand-outs auch in chinesischer Sprache abgefasst, schafft das zusätzlich Vertrauen. Alle Unterlagen sollten scheinchenweise verteilt werden.
- Preisverhandlungen sind für Chinesen die Königsdisziplin. Hier sollten sich ausländische Partner flexibel zeigen.

Das Wichtigste jedoch, was Westeuropäer auf ihrer Chinareise im Handgepäck haben sollten, ist Vertrauen in die eigenen Werte, Stärken und Tugenden.

Das Chinesische Neujahrsfest gilt übrigens als der wichtigste Feiertag in China. 2018 wird er am 16. Februar begangen. Es beginnt das Jahr des (Erd-)Hundes und so bleibt gerade noch Zeit, um Glückwünsche zu schicken.

3.810 Zeichen inklusive Leerzeichen

Redaktion: Susanne Helbach-Grosser, TAKT & STIL, Imme Vogelsang, iv-imagetraining

ETI: Etikette Trainer International

ETI ist ein Zusammenschluss von internationalen Etikette Trainern, die gesellschaftliche Entwicklungen diskutieren, mit traditionellen Formen vergleichen und gegebenenfalls neue Standards setzen. Diese Empfehlungen werden in Seminaren, Pressegesprächen und Veröffentlichungen transportiert. Alle Mitglieder haben eine qualifizierte Ausbildung in den Bereichen Umgangsformen, Hotellerie, Gastronomie oder Protokoll und bilden sich ständig weiter. Dieses Netzwerk von Spezialisten steht für Aktualität, Kompetenz und Qualität.