

Beck-Wirtschaftsberater im dtv 50944

# China Knigge

Business und Interkulturelle Kommunikation

von  
Edith Diekmann

2., vollständig überarbeitete Auflage



Verlag C.H. Beck München 2015

Verlag C.H. Beck im Internet:

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 67742 7

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Beck-Wirtschaftsberater

China Knigge

dtv



Beck-Wirtschaftsberater

# China Knigge

Business und Interkulturelle  
Kommunikation

Von Edith Diekmann

2., vollständig überarbeitete Auflage

Deutscher Taschenbuch Verlag

[www.dtv.de](http://www.dtv.de)  
[www.beck.de](http://www.beck.de)

## Originalausgabe

Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH & Co. KG,  
Tumblingerstraße 21, 80337 München  
© 2015. Redaktionelle Verantwortung: Verlag C.H. BECK oHG  
Druck und Bindung: Druckerei C.H. Beck, Nördlingen  
(Adresse der Druckerei: Wilhelmstraße 9, 80801 München)  
Satz: ottomedien, Darmstadt  
Umschlaggestaltung: Agentur 42, Bodenheim  
ISBN 978-3-423-50944-2 (dtv)  
ISBN 978-3-406-67742-7 (C. H. Beck)



## Vorwort zur 2. Auflage

Die Olympischen Spiele von Peking sind Geschichte, die Weltausstellung in Shanghai hat ihre Pforten längst geschlossen. Aber auch jenseits dieser beiden Großereignisse bewegt sich die Volksrepublik China weiterhin im Fokus der Weltöffentlichkeit. Wirtschaftliche Abhängigkeiten, Globalisierungsprozesse sowie politische und sozio-kulturelle Entwicklungen bleiben vielschichtig und stellen in den bilateralen und multilateralen Beziehungen zum Reich der Mitte eine stete Herausforderung dar. Und nach wie vor sind diese Aufeinandertreffen der Kulturen von Befremden, Unverständnis und gravierenden Kommunikationsproblemen geprägt. Diese Erfahrung musste in diesem Jahr auch die Marketingabteilung eines renommierten Fußballbundesliga-Clubs aus Norddeutschland machen: Auf der Suche nach zahlungskräftigen Sponsoren hatte man eine Delegation nach China entsandt, man arrangierte Meetings, verhandelte, suchte Abschlüsse und kehrte schließlich heim mit einem... unverbindlichen Nichts!

Pech für die Hanseaten? Nein, nur ein klassisches Beispiel dafür, wie wichtig es ist, sich eingehend mit dem Thema „Business in China“ auseinanderzusetzen. In diesem kleinen Fall hat wohl der Faktor „Zeit“ eine besondere Rolle gespielt: Zeit, wie wir sie üblicherweise für Geschäftserfolge einplanen; Zeit als Dimension, wie man sie in China versteht... oder auch Zeit für das Erlernen interkultureller Kompetenz und die detaillierte Analyse einer deutsch-chinesischen Geschäftsanbahnung.

Mit der vorliegenden aktualisierten Fassung des „China Knigge“ wollen wir uns erneut dieser komplexen und facettenreichen Materie, die das Zusammentreffen zweier Kulturen bedeutet, annähern. Dabei wünsche ich Ihnen eine unterhaltsame und bereichernde Lektüre... nehmen Sie sich die Zeit!

Köln, im Dezember 2014

*Edith Diekmann*



## Aus dem Vorwort zur 1. Auflage

„Nicht ohne Bangigkeit stand ich an der Pforte des ungeheuren Reiches, dessen Erforschung durch einen Einzelnen ein verwegenes Unternehmen schien!“  
(Ferdinand von Richthofen, 1833–1905, Forschungsreisender in China)

Eine Mischung aus Furcht und Faszination: So wie Herrn von Richthofen mag es den meisten Asien-Forschern ergangen sein, die vor oder nach ihm von Europa in Richtung Osten aufgebrochen sind, um das „Mysterium China“ zu entschlüsseln. Nicht alle Weltbummler hatten dabei friedfertige Absichten. Neben den Touristen im Stile Marco Polos oder den Diplomaten und Handelsvertretern gab es solche, die in kriegerischer Mission unterwegs waren.

Sie alle hatten ihren Anteil daran, welches China-Bild uns übermittelt wurde und welche Vorstellung von westlicher Zivilisation im Reich der Mitte haften blieb. Die Eindrücke jener Begegnungen und der Austausch geistiger und kultureller Güter sind seit Jahrhunderten Bestandteil der wechselhaften Beziehungsgeschichte zwischen Europa und China.

In der Zwischenzeit hat China nach Phasen der Abschottung von der Öffentlichkeit seine Isolation verlassen und sich neu im Gefüge der Welt- und Wirtschaftsmächte positioniert. Wie aber hat sich seither das Verständnis der Gesellschaften im interkulturellen Kontext entwickelt?

Das Geschäftstreiben entlang der Seidenstraße droht heutzutage nicht mehr an Plünderung oder Krankheit zu scheitern; die Fallen auf den neuzeitlichen Handelswegen tragen andere Namen: Vorurteile und Überheblichkeit, Defizite in interkultureller Kompetenz und fehlendes Wissen im Hinblick auf die Denkstrukturen und Wertevorstellungen eines anderen Kulturkreises.

Die Frage, wie umfassend China seine Führungsrolle ausbauen wird, ist hochaktuell und wird auch in Zukunft vermutlich nichts an ihrer Aktualität einbüßen.



„Adler trifft Drachen“

---

... oder Abendland trifft Zentralasien: Ganz gleich, ob Sie sich als Entsandte eines Wirtschaftsunternehmens, als Kulturschaffende oder einfach nur als interessierte Laien mit dem Reich der Mitte auseinandersetzen: Treten Sie der eingangs beschriebenen Bangigkeit mit einer intensiven Einarbeitung in das Thema „Interkulturelle Kommunikation“ entgegen. Zu wissen, *was* passiert, wenn Menschen mit andersartigen Denk- und Wahrnehmungsmustern aufeinandertreffen und zu analysieren, *warum* dies so geschieht, nennt man Interkulturalität.

Und sie ist erlernbar. Ein zentrales Kapitel dieses Buches ist daher den philosophischen Grundbegriffen gewidmet, die für das Verständnis beider Gesellschaften und Kulturformen von großer Bedeutung sind. In der Gegenüberstellung dieser Begriffe nach europäischer Auffassung auf der einen Seite und der chinesischen auf der anderen Seite wird deutlich, wo die Ursachen kulturspezifischer Phänomene liegen. Der China-Knigge leistet bei diesem Prozess Anregung und Hilfestellung. Wie interkulturelle Kompetenz im China-Business praktisch umzusetzen ist, erläutern wir anhand detaillierter Hinweise zu den Business Codes. Es geht dabei nicht um Verdrängen eigener Wahrnehmungsstrukturen, sondern das Gewinnen weiterer Blickwinkel links und rechts der abendländisch fixierten Ausprägung. Sich der eigenen Wertvorstellungen wieder einmal bewusst werden ... vielleicht drängen ja Wissensdurst oder kritisches Hinterfragen den einen oder anderen Interessierten zum Bücherregal ... wie war das noch? Damals in der Antike, als unsere Philosophie geboren wurde? Die Griechen, die Römer? Die Antwort kommt von chinesischer Seite:

„Das Entscheidende am Wissen ist, dass man es beherzigt und anwendet.“  
(Konfuzius)

---

## Inhaltsübersicht

Vorwort .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	XI
<b>1. Kapitel</b>	
Interkulturelle Kommunikation und Kultur .....	1
<b>2. Kapitel</b>	
Philosophie .....	19
<b>3. Kapitel</b>	
Die klassischen chinesischen Denkschulen .....	33
<b>4. Kapitel</b>	
Die Kultur Chinas .....	63
<b>5. Kapitel</b>	
Traditionen und kulturelle Elemente im chinesischen Alltag .....	69
<b>6. Kapitel</b>	
Business-Etikette .....	121
<b>7. Kapitel</b>	
Business-Spezial: Die Geschäftsabwicklung .....	147
<b>8. Kapitel</b>	
Anhang .....	171
Anmerkungen .....	177
Literaturverzeichnis .....	179
Sachverzeichnis .....	181



## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Inhaltsübersicht .....	IX
<b>1. Kapitel</b>	
<b>Interkulturelle Kommunikation und Kultur .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Interkulturelle Kommunikation .....</b>	<b>1</b>
1.1.1 Einführung .....	1
1.1.2 Schlüsselbegriffe .....	4
1.1.3 Kommunikations- und Erfahrungsprozess .....	6
<b>1.2 Kultur .....</b>	<b>7</b>
1.2.1 Einführung .....	7
1.2.2 Kulturdimensionen .....	11
<b>1.3 Kommunikationsebenen .....</b>	<b>15</b>
<b>2. Kapitel</b>	
<b>Philosophie .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Einführung .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Abendländische Philosophie .....</b>	<b>20</b>
2.2.1 Überblick .....	20
2.2.2 Schlüsselbegriffe .....	23
Logik .....	23
Metaphysik .....	23
Ethik .....	24
<b>2.3 Chinesische Philosophie .....</b>	<b>24</b>
2.3.1 Überblick .....	24
2.3.2 Geschichte der chinesischen Philosophie .....	31

### 3. Kapitel

<b>Die klassischen chinesischen Denkschulen</b> .....	33
<b>3.1 Konfuzianismus</b> .....	33
3.1.1 Zur Person .....	34
3.1.2 Schlüsselbegriffe und Grundwerte .....	34
Regierungsfähigkeit .....	35
Der Edelmann .....	36
Die Leistungsbereitschaft .....	36
Die konfuzianischen Prinzipien .....	37
Die moralische Bildung .....	37
Die Bedeutung von Beziehungen .....	38
Das Prinzip der Gegenseitigkeit in Beziehungen: Guanxi .....	39
Die Etikette .....	41
Die Familienorientierung .....	41
Seniorität und Hierarchie .....	42
Konfliktvermeidung und Harmoniebedürfnis .....	43
Das Gesicht wahren .....	44
Konfuzianismus – eine Religion? .....	45
<b>3.2 Daoismus</b> .....	46
3.2.1 Der Begründer .....	46
3.2.2 Die daoistischen Prinzipien .....	47
Das Wu wei .....	47
Die Fünf-Elemente-Lehre .....	48
Yin und Yang .....	49
Daoismus – Religion in der Praxis .....	50
<b>3.3 Legalismus</b> .....	51
<b>3.4 Zusammenfassung</b> .....	53
<b>3.5 Vergleich zwischen abendländischer und chinesischer Philosophie</b> .....	54
<b>3.6 Strategische Philosophie</b> .....	55
<b>3.7 Denkstruktur als Summe aus klassischer und strategischer Philosophie, Sprache und Schrift</b> .....	59

## 4. Kapitel

<b>Die Kultur Chinas</b> .....	63
<b>4.1 Einführung</b> .....	63
<b>4.2 Schlüsselbegriffe</b> .....	64

## 5. Kapitel

<b>Traditionen und kulturelle Elemente im chinesischen Alltag</b> ..	69
<b>5.1 Nationale Feiertage und Familienfeste</b> .....	71
<b>5.2 Verbale und nonverbale Kommunikation</b> .....	84
5.2.1 Symbolik .....	84
Tiere .....	86
Pflanzen .....	88
Die Elemente/Naturphänomene .....	89
Gegenstände .....	89
Farben .....	90
Gebrauch und Bedeutung der Zahlen .....	91
Namensgebung .....	93
Der Familienname .....	93
Vornamen .....	94
Die Anrede .....	95
Generationenname .....	96
Spitznamen .....	96
Die „Alten Hundert Namen“ .....	96
Regionale Besonderheiten .....	96
5.2.2 Sprichworttradition .....	97
5.2.3 Schrift und Sprache .....	98
Historische Entwicklung .....	100
Sprache ... alles eine Frage des richtigen Tons! .....	101
<b>5.3 Naturphilosophie</b> .....	104
5.3.1 Feng Shui .....	104
5.3.2 Traditionelle Chinesische Medizin (TCM) .....	105
5.3.3 Akupunktur .....	107
<b>5.4 Ernährungslehre: Kochkunst aus dem Reich der Mitte</b> ...	107
5.4.1 Die Fünf-Elemente-Lehre .....	108

5.4.2	Yin und Yang .....	109
5.4.3	Die Regionalküchen .....	110
	Die nördliche oder Peking-Küche .....	112
	Die südliche oder Kanton-Küche .....	113
	Die östliche oder Shanghai-Küche .....	113
	Die westliche oder Szechuan-Küche .....	113
5.4.4	Tee – das Nationalgetränk .....	114
	Die Zeremonie .....	115
	Zubereitungsarten .....	116
	Regionale Besonderheiten .....	116
	Teesorten .....	117
<b>5.5</b>	<b>Der Glaube, die Götter und die Geister .....</b>	<b>117</b>
<b>6. Kapitel</b>		
	<b>Business-Etikette .....</b>	<b>121</b>
<b>6.1</b>	<b>Einführung .....</b>	<b>121</b>
<b>6.2</b>	<b>Business-Etikette von A bis Z .....</b>	<b>122</b>
	Einladung auf privater Ebene .....	137
	Geschenke .....	139
	Harmonie/Höflichkeit .....	141
	Kleiderordnung .....	142
	Lachen und Lächeln .....	143
	Weitere Umgangsformen .....	144
	Visitenkarten – nicht bloß ein Stück Papier .....	145
	Schweigen/Zuhören .....	146
<b>7. Kapitel</b>		
	<b>Business-Spezial: Die Geschäftsabwicklung .....</b>	<b>147</b>
<b>7.1</b>	<b>Einführung .....</b>	<b>147</b>
<b>7.2</b>	<b>Schlüsselbegriffe .....</b>	<b>149</b>
<b>7.3</b>	<b>Verhandlungen .....</b>	<b>157</b>
	Eröffnungsphase .....	157
	Verhandlungsphase .....	158
	Verhandlungsende .....	159

<b>7.4 Tipps zu erfolgreicher Verhandlungsführung .....</b>	<b>161</b>
<b>7.5 Firmenstrukturen und Management .....</b>	<b>165</b>
<b>7.6 Westliche und chinesische Managementpraktiken im Vergleich .....</b>	<b>167</b>
<b>7.7 Die Formen des Networking .....</b>	<b>169</b>
<b>8. Kapitel</b>	
<b>Anhang .....</b>	<b>171</b>
<b>8.1 Facts &amp; Figures .....</b>	<b>171</b>
<b>8.2 Zeittafel: die Geschichte Chinas im Überblick .....</b>	<b>173</b>
<b>Anmerkungen .....</b>	<b>177</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>179</b>
<b>Sachverzeichnis .....</b>	<b>181</b>