

Manuel Vermeer

# China.de

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

*3. Auflage*



Springer Gabler

---

China.de

---

Manuel Vermeer

# China.de

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

3. Auflage

 Springer Gabler

Manuel Vermeer  
Gaiberg, Deutschland

ISBN 978-3-8349-4704-8

ISBN 978-3-8349-4705-5 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-8349-4705-5

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2002, 2007, 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Ulrike M. Vetter

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media ([www.springer.com](http://www.springer.com))

# 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“.

## 6 Vorwort

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

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>5</b>
<b>I. „Die gelbe Gefahr“</b>	<b>13</b>
Vorurteile	13
Pauschalurteile	14
Drei Generationen	15
Warum „Reich der Mitte“?	17
Fremdeinschätzung	19
<b>II. Wirtschaftspolitisches Umfeld</b>	<b>23</b>
Status quo	23
Problembereiche	25
Arbeitsmarkt	25
Umweltbelastung	26
Soziale Disparitäten	26
Infrastruktur und Energiewesen	27
Historischer Überblick	28
Von den Anfängen bis ins 19. Jahrhundert	28
Gegenseitige Wahrnehmung	29
Von den Opiumkriegen bis zum Bürgerkrieg	31
Mao Zedong und Chiang Kaishek	32
Die Volksrepublik China	33
Deutsch-chinesische Beziehungen in Politik und Wirtschaft	40
Historie	40
China und Deutschland heute	43

## 8 Inhaltsverzeichnis

Politische Landeskunde	44
Geographie	44
Verwaltungseinheiten	46
Die Provinzen	47
Die regierungsunmittelbaren Städte	48
Die Autonomen Regionen	50
Die Sonderverwaltungszone Hongkong (seit 1997) und Macao (seit 1999)	51
Aufbau von Staat und Regierung	55
Die Kommunistische Partei Chinas (KP CH)	55
Die Auswirkungen der Reformmaßnahmen	56
<b>III. Kulturelle Einflussfaktoren</b>	<b>61</b>
Sprache	61
Grundlegendes	61
Sprache als Hierarchiesymbol	65
Zur Übertragung von Personen- und Firmennamen	66
Guanxi	68
Gesicht	73
Hierarchiedenken	75
Morallehren/Religion	77
Konfuzianismus	78
Daoismus	79
Buddhismus	81
Symbolik in China	82
Ursprünge	82
Bedeutungsvielfalt der Sprachsilben	84
„Nützliche Aufwendungen“	88
Ihr chinaspezifischer Unternehmensauftritt	89
Printmedien	89
Internet	94



<b>IV. Personalmanagement</b>	<b>97</b>
Auswahlkriterien	97
Fachliche Anforderungen an vor Ort tätige Mitarbeiter	100
Anforderungen an die Persönlichkeit	101
Kommunikationsmanagement	103
K.o.-Kriterien: Wer sollte nicht ausgewählt werden?	106
Personalauswahl	106
Deutsche	106
Nicht-Chinesische Asiaten, Überseechinesen	109
In China ausgebildete Chinesen	110
Ausbildung nur in chinesischen Betrieben	112
Ausbildung in ausländisch finanzierten Unternehmen	113
In Deutschland ausgebildete Chinesen	113
Vorbereitung zu entsendender Mitarbeiter	114
Personalführung	116
Motivation	119
Personalsuche	124
<b>V. Verhandlungsführung</b>	<b>129</b>
Die Ausgangssituation	129
Die chinesische Sicht	130
Kennenlernen	132
Vorbereitung der Verhandlung	136
Einstellung zum Partner	138
Zusammensetzung der deutschen Delegation	138
Zusammensetzung der chinesischen Delegation	139

## 10 Inhaltsverzeichnis

Dolmetscher/Übersetzer _____	142
Kulturmittler _____	143
Praktisches _____	144
Preise _____	145
Prinzipien der Verhandlungsführung _____	146
Informationsstrukturierung in Deutschland und China _____	147
Pausen _____	150
Gestik und Mimik _____	150
Verhandlungsstrategie _____	152
„Wir werden darüber nachdenken“ _____	154
Vor Ort: Das Bankett _____	155
Verhalten außerhalb der Verhandlung _____	160
Bedeutung von Verträgen _____	161
Zeitpunkt der Verhandlung _____	163
Verhandlungen in Deutschland _____	163
Kosten _____	164
Betreuung _____	164
Empfang _____	165
Freizeitgestaltung _____	165
Sonstiges _____	166
<b>VI. Hinweise für den Chinaaufenthalt _____</b>	<b>167</b>
Begrüßung chinesischer Geschäftspartner _____	167
Feste _____	168
Flughäfen _____	168
Geld _____	169
Geschenke _____	169
Impfungen _____	173

Internetcafé _____	174
Karaoke _____	174
Mafan _____	174
Menschenrechte _____	175
Mobiltelefone _____	175
Prostitution _____	175
Reisen _____	176
Stromspannung _____	177
Tabuthemen _____	177
Zeitverschiebung _____	177
<b>Anhang _____</b>	<b>179</b>
Wichtige Redewendungen _____	179
Wichtige Adressen _____	180
In Deutschland _____	180
In China _____	181
WWW-Links _____	184
Literaturempfehlungen _____	185
Bücher _____	185
Zeitschriften _____	186
Zeittafel der chinesischen Dynastien _____	187
Daten _____	189
<b>Der Autor _____</b>	<b>191</b>

# I. „Die gelbe Gefahr“

## Vorurteile

Der renommierte Chinakenner Dennis Bloodworth beschreibt, wie ein chinesischer Gast bei einem Deutschen in China auf dessen „chinesische“ Einrichtung reagiert. Im Wohnzimmer hängt das Gemälde eines Mandarins und seiner Gemahlin, auf dem Schreibtisch steht ein Terrakottapferd, der Kaffeetisch mit den aufgedrehten Ecken ist aus Teakholz und eine hohe, blassgrüne Vase mit einer Orchidee steht auf dem Boden.

Was denkt der Chinese bei diesem Anblick, den der Deutsche stolz präsentiert?

*„Das Zimmer ist wirklich scheußlich. Die Gemälde des Mandarins und seiner Gattin sind Ahnenbilder – aber es sind offensichtlich nicht die Ahnen dieser Leute. Was, frage ich mich, würde mein Gastgeber sagen, wenn ich Bilder seiner Großeltern in meinem Haus aufhänge? Das Tang-Pferd ist natürlich eine augenfällige Fälschung. Er scheint sich nicht darüber klar zu sein, dass das Ding, in das er die Orchidee gesteckt hat, keine Vase, sondern ein billiger Glaszylinder ist, der zur Aufbewahrung von Schriftrollen dient, und dass der Kaffeetisch die Kopie einer Hackbank ist, auf der chinesische Metzger Schweine schlachten. Und was die Stühle angeht, auf deren Sitzen in Schwarz und Gold das Schriftzeichen für „langes Leben“ eingeschnitzt ist – diese können nur aus einem Begräbnisinstitut stammen. Warum stellt er sich nicht auch noch einen Sarg ins Zimmer, um die Einrichtung abzurunden?“*

Was wissen wir über China und seine Menschen, was wissen die Chinesen über Deutschland und seine Menschen? Wie viele Chinesen kennen Sie so gut, dass Sie sich ein Urteil erlauben können?

## 14 Pauschalurteile

Und: Wie vielen der im folgenden Kapitel aufgeführten Aussagen über Chinesen könnten Sie spontan zustimmen?

### Pauschalurteile

Chinesen sind

unmanierlich (bei Tisch ...)  
stets höflich (im Umgang mit Ausländern ...)  
rücksichtslos (im Bus, im Geschäftsleben ...)  
energierend in ihrer Beharrlichkeit (im Geschäftsleben ...)  
hübsch (die Frauen ...)  
nur auf eigenen Vorteil bedacht  
hochintelligent (Geschäftsleute, Studenten ...)  
dumm (einfache Menschen, Mitarbeiter ...)  
stolz auf ihre Kultur (alle ...)  
Tierquäler (essen Hunde und süße Kätzchen ...)  
fleißig (Studenten ...)  
unkritisch (äußern nie konstruktive Kritik ...)  
geldgierig (die Jugend ...)  
sparsam (höchste Sparrate der Welt ...)  
verantwortungslos gegenüber ihrer Umwelt  
im Grunde alle gleich

Deutsche sind

dick (Männer mit Bierbauch ...)  
fleißig (alle ...)  
unhöflich (eigentlich fast immer ...)  
korrekt (bei Verträgen ...)  
offen und ehrlich (d.h. zu offen und zu ehrlich ...)  
laut (eigentlich immer ...)  
gute Soldaten (beim Boxeraufstand ...)  
gebildet (Goethe ...)  
barbarisch (essen schlecht gewordene Milch = Käse ...)

reich (geben ihren Hunden hochwertiges Fleisch ...)  
gute Fußballspieler/Rennfahrer ...  
arrogant und aggressiv (zu Untergebenen ...)  
humorlos (bei Verhandlungen)  
Perfektionisten (bei technischen Details ...)  
ausländerfeindlich (...)  
umweltfreundlich (trennen Abfall ...)

Dass es *den Chinesen* ebenso wenig gibt wie *den Deutschen*, ist evident. Trotzdem werden beide Völker stets als Einheit beschrieben, werden in Kulturseminaren Verhaltensweisen *des Chinesen* definiert und „Zehn goldene Regeln im Umgang mit Chinesen“ propagiert. Chinas Fläche entspricht der Europas. *Der Europäer?*

Wenn in diesem Buch von *den Chinesen* die Rede ist, soll dies daher keinesfalls als unzulässige Verallgemeinerung verstanden werden, sondern ist die einzig praktikable Möglichkeit der schriftlichen Formulierung. Natürlich ist zu differenzieren, wie es bei einem Staat von der Größe Chinas nicht anders sein darf. Es kann sich daher immer nur um abstrahierende Feststellungen handeln, die häufig zutreffen, immer wieder von Seminarteilnehmern (Praktikern) beobachtet und berichtet werden, und deren Quintessenz vermischt mit eigener, über dreißigjähriger Chinaerfahrung hier vorgestellt wird.

## Drei Generationen

Über die offensichtliche Vielfalt kultureller Eigenheiten innerhalb der chinesischen Landesgrenzen hinaus spielt die jüngste wirtschaftspolitische Entwicklung für die Notwendigkeit differenzierter Betrachtung eine bedeutende Rolle. In Ihrem China-Engagement treffen Sie auf ganz unterschiedliche Menschen, die sich jedoch aufgrund ihres Alters grob in drei Gruppen unterteilen lassen.

Die *ältere Generation*, aufgewachsen im Bürgerkrieg und unter Maos Sozialismus, kann als konservativ bezeichnet werden. Traditionelle Werte wie Harmoniebedürfnis, Sparsamkeit, Zurückhaltung und Betonung guter zwischenmenschlicher Beziehungen stehen im Vordergrund. Viele haben Schwierigkeiten, sich in der plötzlich marktwirtschaftlich orientierten Wertegesellschaft zurechtzufinden. Höflichkeit und Beachtung des Senioritätsprinzips sind wesentlich im Umgang mit Angehörigen dieser Generation.

Die *mittlere Generation*, heute über fünfzig, hat den Sozialismus noch kennengelernt, ist aber wesentlich von der Reformära beeinflusst. Sie haben sich oft rasch an die veränderten Bedingungen angepasst und versuchen, in dem Konflikt zwischen Erziehung in der Kulturrevolution und Leben nach amerikanischem Vorbild zu Recht zu kommen. Viele von ihnen gehören der so genannten „Verlorenen Generation“ an, die in den zehn Jahren des Chaos zwischen 1966 und 1976 keine Möglichkeit hatte, die ihr zustehende Ausbildung zu erhalten. Schulen und Universitäten waren geschlossen, Lehrer wurden verfolgt – viele sind nur über eine politische Karriere in ihre heutige Positionen gelangt und verfügen über keinerlei oder wenig technische oder andere Kenntnisse. Als Gesprächspartner sind sie pragmatisch, aufgrund mangelnder Fachkenntnisse aber oft schwer einzuschätzen.

Vordergründig am „westlichsten“ (ein sehr problematischer Begriff!) ist die *junge Generation*. Sie kennt Mao ebenso wenig wie die politischen Kampagnen jener Zeit, und es interessiert sie auch nicht. Sie sind meist gut qualifiziert, sprechen manchmal eine Fremdsprache, haben vielleicht eine Ausbildung im Ausland erhalten und sind an traditionellen Werten wie Harmonie und freundschaftlicher Verhandlungsatmosphäre wenig interessiert. Sie verhandeln sehr „westlich“, das heißt sie sind effizient, verlieren keine Zeit und möchten überwiegend schnell Geld verdienen und Karriere machen, eventuell auch in einem ausländischen Unternehmen. Bei der Personalsuche stellen sie die Mehrheit der Bewerber und sind aus westlicher Sicht am interessantesten für viele Jobs.

## Warum „Reich der Mitte“?

Der Begriff ist uns geläufig, und in jedem Kulturseminar wird berichtet, China sei „Zhongguo“, das Reich der Mitte. Präziser ist von *den Reichen der Mitte* zu sprechen, denn es waren einige, die sich in Nordchina, im Bogen des Gelben Flusses, gebildet hatten. Umgeben von Völkern, die sie als ihrer Kultur unterlegen betrachteten, mit denen man Tauschhandel betrieb, erwuchs ein Selbstverständnis von der chinesischen Kultur als etwas Besonderem. Der Kaiser, per definitionem der Sohn des Himmels, hatte mit seinem Mandat auf Erden für das Wohlergehen der Bevölkerung zu sorgen. Tat er dies nicht in ausreichendem Maße, so tat der Himmel seinen Unmut kund: Durch Naturkatastrophen wie Erdbeben, Dürre, Überschwemmungen, durch Kometen oder andere Himmelserscheinungen. Dann hatte das Volk das Recht, den Kaiser abzulösen. Von diesem Recht wurde 2000 Jahre lang eifrig Gebrauch gemacht, und dies ist nicht nur in China der Fall gewesen. Einzigartig ist jedoch, dass während dieser 2000 Jahre nicht einmal eine andere Regierungsform gewählt wurde, sondern es eine konstante Herrschaft eines Machthabers mit der dazugehörigen Beamtenschaft (Mandarinat) gab.

Da es nur einen Sohn des Himmels gab, war dieser die höchste irdische Autorität. Die Barbaren, also alle Nicht-Chinesen (der griechische Terminus für Barbaren bedeutet „Nicht-Griechen“), konnten also dem eigenen Volk in keiner Weise gleichgestellt sein. Ebenso wenig konnte ihr Herrscher dem Kaiser von China gleich sein. Ein Affront war der Brief des französischen Sonnenkönigs Louis XIV „an meinen Bruder, den Kaiser von China“!

Für viele Chinesen gilt dieser Status der kulturellen Einzigartigkeit bis heute. Wenn auch im Westen bedeutende technische Errungenschaften gemacht wurden, die China für lange Zeit zu einem unterdrückten und ausgebeuteten Staat machten, so ist diese technische Überlegenheit nach Meinung und auch Aussage vieler Chinesen nur eine Frage der Zeit, die kulturelle Bedeutung Chinas dagegen vom Westen nicht auszugleichen. Dies meinte auch Zhao Ziyang, der damalige chinesische Ministerpräsident, als er mir schon 1985 sagte:



## 18 Warum „Reich der Mitte“?

*„Wir werden uns technisches Know-how vom Westen holen und werden es verwenden.*

*Unsere Kultur kann nicht kopiert werden.*

*Ihr werdet sie nie besitzen.“*

Spricht man Chinesen auf die Erfindungen an, die die Welt heute beherrschen und die überwiegend in Europa oder Amerika gemacht wurden, so erfährt man schnell und deutlich, dass die wirklich relevanten Erfindungen von Chinesen gemacht wurden. Hierzu zählen (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

- ☺ Schubkarre
- ☺ Papierherstellung: um 200 n. Chr. aus Maulbeerbaumrinde, später aus dem schnell wachsenden Bambus gefertigt. Über die Seidenstraße kam das Papier nach Europa und war für Gutenberg schließlich die Grundlage seiner Erfindungen.
- ☺ Blockdruck seit dem 8. Jahrhundert, ab dem 11. Jahrhundert mit beweglichen Lettern aus Porzellan oder Ton.
- ☺ Astronomische Beobachtungen von Kometenbeschreibungen, die erste Beobachtung einer Supernova 1054 n. Chr., ein Kalender von 360 Tagen schon im 3. Jahrhundert v. Chr.,
- ☺ Eine effiziente Eisengussproduktion im 5. vorchristlichen Jahrhundert
- ☺ Kettenbrücken über Bergtäler
- ☺ Flachbogenbrücken schon im 7. Jahrhundert
- ☺ Schwarzpulver aus Holzkohle, Salpeter und Schwefel im 9. Jahrhundert. Flammenwerfer und Bomben wurden ein Jahrhundert später eingesetzt, dann auch gegen die Mongolen.
- ☺ Seismograph im Jahre 321 n. Chr.

## Fremdeinschätzung

Während einer Verhandlung in China ist die Aussage des chinesischen Partners oft seine persönliche Meinung, nicht die seines Arbeitgebers. Mit dem Austausch des Menschen kann sehr schnell eine andere Firmenposition bezogen werden, und ebenso wird in China zumeist nicht zwischen Berufsleben und Privatleben getrennt, zwischen Meinung einer Person zu einem Sachverhalt und der Person selbst. Wer sich unhöflich über andere äußert, gilt selbst als unhöflich, wer an der Meinung eines Anderen Kritik übt, kritisiert implizit auch die Persönlichkeit des Anderen. Die oben angeführte Aussage, Chinesen seien unkritisch, bezieht sich somit darauf, dass offene Kritik an sich unhöflich ist. Und auch den Kritiker Gesicht verlieren lässt. Also sind Chinesen nicht unkritisch, aber sich in der Öffentlichkeit negativ über jemanden zu äußern, hat einen anderen Stellenwert als bei uns.

Um nun mein Gegenüber noch mehr zu loben als unserer Meinung nach erforderlich, kann ich mich selbst herabstufen. Ich bezeichne meine Sprachkenntnisse als sehr schlecht, meine Villa als armselig und mein Festessen zu Ehren der Gäste als „schlecht gekocht und minderwertig“. Aus deutscher Sicht gilt dies als peinlich und „fishing for compliments“. Es darf aber auch in China nicht als echte Kritik am eigenen Besitz oder gar der eigenen Familie erscheinen. Jeder weiß, dass es sich nur um Höflichkeit handelt. Aber das Gesicht bleibt gewahrt, und nur dies zählt. Aber unter den jüngeren Chinesen sind solche tradierten Verhaltensweisen meist nicht mehr anzutreffen.

Was aber geschieht, wenn in einem Bewerbungsgespräch der chinesische Bewerber dem deutschen Personalchef sagt, er spreche nur schlecht Deutsch, habe nicht viel gelernt und sei auch nicht besonders intelligent? Und wenn umgekehrt ein deutscher Manager vor seinen chinesischen Mitarbeitern oder Kollegen seine eigenen Verdienste rühmt, seine Leistungen herausstreicht und meint, er spreche „einigermaßen“ Chinesisch, wo er doch nur „ni hao“ und „ganbei!“ sagen kann?

Wenn in einem deutschen Werbespot die Mutter die Kinder mit einem bestimmten Nudelgericht zu Tisch ruft, und alle Kinder der Nachbarschaft herbeieilen, dann steht dies nach Meinung der Werbemacher für die Beliebtheit des Nudelgerichts. Chinesen, denen man diese Werbung zeigte, bemerkten zuerst: Die Kinder kommen ja alle mit schmutzigen Schuhen einfach in die Wohnung gerannt, ohne die Mutter auch nur zu grüßen! Welch schlechte Erziehung! Respekt vor den Eltern ist (war?) eine Grundtugend chinesischer Erziehung. (Dies änderte sich allerdings im Zuge der Ein-Kind-Ehe rapide, so dass die Zahl der zu beobachtenden „verzogenen“ Kinder deutlich zunimmt). Auch hier handelt es sich um unterschiedliche Perzeption desselben Sachverhaltes. Wie werden in China Bilder aufgenommen? Gibt es Unterschiede zu westlichen Wahrnehmungsmustern?

Wie in Teil III im Kapitel Sprache ausgeführt, bestehen die komplexen chinesischen Schriftzeichen aus zahlreichen Einzelbestandteilen, deren jeweilige Kombination erst das Ganze ergibt. Die Wahrnehmung (hier: Reihenfolge der Striche beim Aufbau eines Zeichens) geschieht daher vom Kleinen zum Großen, vom Detail zum Allgemeinen. Dies lässt sich auf allgemeine Wahrnehmungsmuster übertragen. Chinesen konzentrieren sich zunächst auf Details, auf Einzelheiten, und schlussfolgern daraus das Ganze, während Europäer erst das Gesamtbild präsentieren (ein Projekt beispielsweise) und dann auf einige Punkte detailliert eingehen. Dabei ist es ihnen unverständlich, wie viel Zeit die Chinesen mit Nebensächlichkeiten und scheinbar unwichtigen Details verbringen, ohne zunächst den großen Rahmen geschaffen zu haben! Genau hier aber beginnt schon die falsche Wahrnehmung. Die Deutschen ärgern sich über die Zeit, die man mit Unterpunkten der Agenda verschwendet, während die Chinesen der deutschen allgemeinen Darstellung kaum folgen können. Bei einer Präsentation vor chinesischen Zuhörern ist daher ein völlig anderer Aufbau der Darstellung notwendig, da die gewohnte Vorgehensweise den Erwartungen des Publikums nicht entspricht. Und wenn das nicht eintrifft, was man erwartet, wird das Verständnis erschwert oder unmöglich gemacht.