



„Geduld und Respekt, gerade im Bereich Verhandlungen, spielt eine ganz wichtige Rolle. Und wer dieses nicht mitbringt, kann sich auf dem chinesischen Markt nicht halten.“

Anke Weier

Seit Jahren boomt der Handel mit China, gehen immer mehr Unternehmen in einen Markt, der für sie oft fremd und ungewohnt ist. Es fehlt oft an elementarem Wissen um das fremde Land, seine Kultur und die Menschen.

GO EAST: WENN DER GRÜNDER IN CHINA ANKNÜPFT

Manche sehen den chinesischen Markt als „lukrativ“ an, andere bezeichnen ihn als Selbstmord und malen ein Horror-Szenario an die Wand. Schaut man hinter die Entscheider-Ebenen gerade in mittelständischen Betrieben, ist es eine gehörige Portion Unsicherheit, die letztlich zu falschen Schlussfolgerungen führt.

Anke Weier, die selbst mehrere Jahre in Singapur und China lebte und arbeitete, hat mit ihrem Unternehmen Welcomeguide eine Basis geschaffen, die es auch Gründern ermöglicht, sich ein vielfältiges Wissen anzueignen. Mit Workshops und Seminaren hilft sie sowohl deutschen Unternehmen als auch Chinesen, die hier tätig sind, knüpft Kontakte und hat schon so manche Geschäftsbeziehung unterstützt. Unser Gründermagazin-Experte Emil Hofmann hat sich mit Anke Weier unterhalten und bekam teilweise erstaunliche Antworten.

GM: Immer mehr kleine und mittlere Unternehmen und auch der eine oder andere Gründer machen sich ja daran, den chinesischen Markt zu bearbeiten. Was machen sie falsch?

Anke Weier: In dem Sektor gibt es viele Stolpersteine. Sie sagen schon mit dem Wort „bearbeiten“ einen Begriff, der in diesem Zusammenhang leicht missinterpretiert werden kann. Was oder wen wollen Sie denn bearbeiten? Das kann in Deutschland vielleicht über Massen-Mailings oder Top-Verkäufer ja noch funktionieren, aber in China und in ganz Asien sind solche Bemühungen vergebens.

GM: Können Sie ein Beispiel nennen?

Anke Weier: Man kann es mit Ungeduld beschreiben. In Deutschland lernt man, dass man einen Geschäftskontakt „verfolgen“ soll. Verfolgen Sie aber

einen Asiaten, empfindet er dieses als Druck und wird nie mit Ihnen ein Geschäft abschließen, selbst wenn er Sie noch so freundlich anlächelt. Geduld und Respekt, gerade im Bereich Verhandlungen, spielt eine ganz wichtige Rolle. Und wer dieses nicht mitbringt, kann sich auf dem chinesischen Markt nicht halten.

GM: Was bringen Sie Unternehmern und deren Mitarbeiter bzw. den Gründern in ihren Workshops bei?

Anke Weier: Wir bieten unter anderem ein ein- oder zweitägiges Programm mit vielen Praxis-Elementen an. Die Bandbreite dieser Elemente deckt die verschiedenartigen Aspekte ab, die im Laufe einer Geschäftsbeziehung zum Beispiel mit Chinesen, wichtig sind. Das geht von der Kontaktaufnahme über die Begrüßung, von Gastgeschenken über Esskultur – ganz allgemein gesagt den



Chinesisches Schriftzeichen für "Wohlstand"

gesamten Umgang untereinander. Wer den Anderen nicht versteht und akzeptiert, verliert auf Dauer.

GM: Sie betreuen ja auch asiatische Geschäftspartner in Deutschland. Warum ist das aus Ihrer Sicht wichtig und wertvoll für Ihren deutschen Auftraggeber?

Anke Weier: Man macht bessere Geschäfte, wenn ein gutes Klima da ist und gegenseitiger Respekt vorhanden ist. Es umfasst auch die Auswahl der Restaurants, die Zusammenstellung der Gäste und der Organisation von Ausflügen. Die Sitzordnung spielt ebenso eine Rolle wie das Verhalten in ungewöhnlichen Situationen. Über was spricht man besser nicht? Ist das Thema Tibet tabu oder nicht? Sind Fragen zur Religion oder zur Familie erlaubt oder nicht? Was zum Beispiel ist die Symbolik vom Jahr des Tigers, und was hat es mit dem Qingming-Fest auf sich?

GM: Und wenn sich asiatische Partner für längere Zeit in Deutschland niederlassen, dann unterstützen Sie sie auch?

Anke Weier: Natürlich. Und eben auch umgekehrt. Viele meiner Kunden müssen oder dürfen für viele Monate nach China und haben neben dem beruflichen dann noch den privaten

Stress. Ob sich ein Chinese in Deutschland oder ein Deutscher in Singapur akklimatisieren muss: Er kann jederzeit mit unserer Hilfe rechnen.

GM: Aus welchen Bereichen kommen denn Ihre Kunden?

Anke Weier: Man denkt immer erst an die großen Unternehmen, die eine Filiale oder einen Produktionsbetrieb in Asien unterhalten. Aber es sind auch zunehmend kleine und mittlere Betriebe und Gründer, die in Asien Fuß fassen wollen. Im Idealfall bin ich schon in einer sehr frühen Phase mit am Tisch, noch bevor wichtige Entscheidungen getroffen werden hinsichtlich der Entsendung der Mitarbeiter oder der ersten Reise.

GM: Darüber hinaus sind Sie ja als Vortragsrednerin unterwegs und in einigen Verbänden aktiv. Was bringen Sie den Menschen dort bei?

Anke Weier: Zunächst die Grundlagen der Kommunikation zwischen den unterschiedlichen Kulturen. Ich möchte dazu beitragen Berührungspunkte abzubauen und Risiken besser einzuschätzen.

Der Chinese gilt bei vielen Betrieben als „Plagiator“, als derjenige, der sich das Wissen bei uns abholt und dann alles

selbst macht. Sicher gibt es solche Fälle und der Schutz geistigen Eigentums muß sensibel behandelt werden. Ziel muß sein, die Beziehung erfolgreich zu gestalten als ein faires Miteinander, ein ehrlicher Umgang und im Verständnis für die Gedanken und die Handlungen des Anderen.

GM: Was können wir von den Chinesen also lernen, wenn man das kurz zusammenfassen will?

Anke Weier: Wir müssen voneinander lernen. Und wenn wir die Geschichte Chinas kennen, wenn wir uns manchmal in Geduld üben und nicht immer das schnelle Geld suchen, dann sind wir auf dem besten Weg. Wenn die Bundesregierung von Migranten fordert, dass sie Deutsch lernen und sich mit der deutschen Mentalität beschäftigen, dann kann man das auch übertragen in die Forderung, die ich an meine Kunden stelle: Beschäftige Dich mehr mit dem Gastgeber und dem Land, in dem Du lebst und mit dem Du Geschäfte machen willst. Nicht umsonst gibt es das asiatische Sprichwort: „Bevor ich mit Dir Geschäfte mache, will ich Dein Freund sein.“

GM: Vielen Dank für das Gespräch.