



Alfred Schmidt, hessischer Wirtschaftsminister a.D.

Glückskekse (4)

Neues vom »Netzwerk Hessen – China«

»Es genügt nicht, zum Fluss zu kommen mit dem Wunsch, Fische zu fangen«, sagt ein chinesisches Sprichwort. »Du musst auch das Netz mitbringen.« Trägt man sich als Unternehmer mit dem Gedanken, nach China zu gehen, muss dieses Netz zunächst einmal aus Erkenntnis geknüpft sein: Profundes Wissen über dieses Land, das sich von vornherein jedem Versuch entzieht, generell beschrieben zu werden – weil es eben überall anders ist. Angesichts dessen ist es schon erstaunlich – und diese Erfahrung machen wir bei Beratungen durch unser »Netzwerk Hessen – China« immer wieder – mit welcher Risikobereitschaft manche Unternehmen in so ein Riesenland gehen wollen und ihre Mitarbeiter darauf eher spärlich vorbereiten. Gelegentlich hat man den Eindruck, dass es offenbar schon reicht, wenn diese – mit Blick auf ein gutes Gehalt und lockende Beförderungs-Boni – sagen: „Ich bin nicht verheiratet, ich habe keine Kinder, ich kann das machen.“ Doch um in China zu bestehen, darf man nicht nur Wettbewerbsbedingungen und Preisvorteile im Kopf haben. Denn was dort vor allem zählt, ist das Hintergrundwissen um die Kultur dieses Landes; Wissen, das sich etwa nutzen lässt, um durch respektvolles Vorgehen Vertrauen zu schaffen, um mit den Verhaltensweisen der Menschen vor Ort besser umgehen zu können und insbesondere um in der Lage zu sein, die regional sehr unterschiedlich ausgeprägten Mentalitäten bei der Unternehmensplanung zu berücksichtigen. Im Vergleich zur pulsierenden und schon immer fremden Einflüssen aufgeschlossenen, südchinesischen Handelsmetropole Shanghai wirkt etwa Chinas im Norden gelegene Hauptstadt Peking in ihrer gesamten Ausstrahlung ungleich statischer und konservativer. Auch ganz im Norden, in Changchun, dem ersten Volkswagen-Standort, sind die Leute um einiges ruhiger und schwerer zu überzeugen als im Süden. Hat man sie jedoch erst einmal für seine Sache gewonnen, dann hat man sie auch wirklich gewonnen – es erinnert mich fast ein bisschen, und das sage ich als Kasseler, an die Unterschiede zwischen Nord- und Südhessen ... Womit wir bei einem weiteren wichtigen Punkt wären: den Dialekten. Jemand aus Peking kann jemanden aus Shanghai grundsätzlich nicht verstehen, wenn dieser Dialekt spricht. Das Beherrschen von Mandarin – auf unsere Verhältnisse übertragen: Hochdeutsch – ist daher oft der einzige Schlüssel zur Verständigung, auch darauf muss man mit entsprechenden Fachkräften eingestellt sein. Zur Verständigung gehören – zumal für ein Unternehmen, das dort Fuß fassen will – ebenso immer chinesische Vertrauenspersonen, die verlässlich Auskunft darüber geben können, mit welcher Firma, Agentur oder Kanzlei man getrost zusammenarbeiten kann, und soll dort beispielsweise ein Vertrieb aufgebaut werden, braucht man zunächst einmal gute chinesische Vertriebsleute. Denn um sich darin zurechtzufinden und es erfolgreich nutzen zu können, muss man einfach zuhause sein und nicht zuletzt eine gewisse Rolle spielen im großen, alle von hier vertrauten Dimensionen sprengenden Netzwerk China.

Alfred Schmidt war von 1987 bis 1991 hessischer Wirtschaftsminister und ist seit 1995 Sonderbeauftragter der Stadt Kassel für Wirtschaftsförderung sowie, neben Prof. Dr.-Ing. Zeng Deshun, Präsident des 2003 gegründeten »Netzwerk Hessen-China« (www.hessen-china.de)

Netzwerk Hessen-China c/o Wirtschaftsförderung Region Kassel GmbH · Kurfürstenstraße 9 · D-34117 Kassel
Phone +49 (0) 5 61-7 07 33-59 · e-mail: china@wfg-kassel.de · www.wfg-kassel.de · www.hessen-china.de