

**Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates
und Chinesen in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit**

Empirische Erfahrungen und Analyse der Einflußfaktoren

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung der Doktorwürde der
Philosophischen Fakultät II
der
Julius-Maximilians-Universität zu Würzburg

vorgelegt von
Hongxia Shi
aus Jiangsu, VR/China

Würzburg 2003

Erstgutachter: Professor Dr. Dr. h.c. mult. Norbert Richard Wolf

Zweitgutachter: Professor Dr. Dieter Kuhn

Tag des Kolloquiums: 27. Mai 2003

Vorwort

Es gehört inzwischen wohl zur allgemeinen Einsicht, daß bei einer Wirtschaftszusammenarbeit zwischen zwei Ländern wie Deutschland und China nicht nur Produkt, Technologie, Preis und Qualität über den Erfolg entscheiden, sondern daß es daneben auch um ganz andere Faktoren wie Kultur, Mentalität, Denkweise und Kommunikation geht. In der vorliegenden Arbeit wird die Kommunikationsproblematik der deutsch-chinesischen wirtschaftlichen Zusammenarbeit am Beispiel der Kommunikation zwischen Chinesen und deutschen Expatriates thematisiert. Sie hat das Ziel, empirische Kommunikationserfahrungen der Beteiligten zu beschreiben und die Ursachen und Einflußfaktoren der Kommunikationsprobleme zu analysieren. Da allein die Fremdsprachenkenntnisse kein Garant für eine erfolgreiche interkulturelle Kommunikation sind, werden in der vorliegenden Untersuchung neben der Bedeutung der Sprache und Sprachkenntnisse auch die kulturellen Einflüsse auf die Kommunikation zwischen Chinesen und deutschen Expatriates ermittelt.

Anders als den politischen, ökonomischen und rechtlichen Faktoren wird dem Aspekt der Kommunikation in den interkulturellen Wirtschaftsbeziehungen in der Regel viel zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Durch diese Studie möchte ich deutsche Geschäfts- und Fachleute auf die Relevanz der Kommunikation in der Zusammenarbeit mit Chinesen aufmerksam machen. Die Arbeit sollte auch eine weitere theoretische und praktische Beschäftigung mit dem Thema „deutsch-chinesischer interkultureller Wirtschaftskommunikation“ anregen.

Ich habe den folgenden Personen zu danken: Herrn Prof. Dr. Dr. Norbert Richard Wolf, Herrn Prof. Dr. Dieter Kuhn, Frau Dr. Angelika Ning, Frau Dr. Ina Asim, meinem Mann Qi Yu und den zahlreichen Interviewpartnern, deren Namen ich hier leider aus Grund der Anonymität nicht nennen kann. Herrn Prof. Dr. Norbert Richard Wolf danke ich für seine Ermutigung zu dieser Studie, für seine Betreuung, Unterstützung und sein unermüdliches Interesse, für seine Geduld mit mir. Ich danke Herrn Prof. Dr. Dieter Kuhn, der mir die Gelegenheit gab, als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Forschungsprojekt über Wirtschaftsbeziehungen in China teilzunehmen und im Rahmen des Projekts zahlreiche deutsche Expatriates und Chinesen während zwei mehrmonatiger Forschungsaufenthalte in China über ihre Kommunikationserfahrungen zu interviewen. Frau Dr. Angelika Ning stellte mir die Transkription der von ihr durchgeführten Interviews zur Verfügung. Frau Dr. Ina Asim hat das Manuskript gelesen und Korrekturen eingefügt. Meinem Mann danke ich für sein Verständnis und seine Hilfe und Unterstützung in allen diesen Jahren. Schließlich danke ich meinen Interviewpartnern, die mich mit ihr ihre Erfahrungen teilen ließen.

Ottawa, im Mai 2003

Hongxia Shi

不患人之不己知,患不知人也

(buhuan renzhi bu ji zhi, huan bu zhi ren ye)

Nicht kümmere ich mich, daß die Menschen mich nicht kennen.

Ich kümmere mich, daß ich die Menschen nicht kenne.¹

Konfuzius

¹ *Lunyu* 论语 [*Das Buch der Gespräche*]. 1, 16. Übersetzung von Richard Wilhelm, *Kungfutse. Gespräche*. München: Diederichs 1990. [Diederichs Gelbe Reihe; 22: China]. S.41.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	i
1 Einleitung	1
1.1 Entstehung und Ziel der Arbeit	1
1.2 Über die aktuelle Bedeutung der Untersuchung.....	2
1.3 Aufbau der Arbeit.....	6
2 Theoretische Grundlagen	8
2.1 Zum Begriff „Kommunikation“	8
2.2 Interkulturelle Kommunikation	13
2.2.1 Was ist Kultur?.....	13
2.2.2 Was ist interkulturelle Kommunikation?	16
2.2.3 Häufige Probleme in der interkulturellen Kommunikation.....	17
2.2.4 Linguistische Untersuchungsansätze zur interkulturellen Kommunikation.....	25
2.2.5 Kritik an den rein-linguistisch orientierten Untersuchungsansätzen.....	29
2.3 Ethnographie der Kommunikation	30
3 Methode	36
3.1 Methodische Vorüberlegungen	36
3.2 Das Datenmaterial	38
3.2.1 Entstehung des Datenmaterials	38
3.2.2 Informationen über die Befragten	39
3.2.3 Erhebungsmethode	40
3.2.4 Transkription des Materials.....	42
3.3 Auswertung und Analyse des Datenmaterials.....	43
3.3.1 Begründung der Wahl einer qualitativ-interpretativen Auswertungsmethode.....	43
3.3.2 Kategorisierung und Kontextualisierung der Aussagen.....	44
3.3.3 Vorgehensweise der Kategorienbildung	45
3.3.4 Analytische Synthese: Darstellung, Interpretation und Erklären im Verbund.....	47

4	Deutsche Erfahrungen in der Kommunikation mit Chinesen	50
4.1	„Das kommt auf den Chinesen an“ – Analyse eines Einzelfalls	50
4.2	„Sprache ist die Barriere zwischen Ausländern und Chinesen“	61
4.2.1	Überblick über die Fremdsprachenkenntnisse der Befragten.....	61
4.2.2	Bedeutung der Sprache und Sprachkenntnisse.....	62
4.2.3	Fazit.....	75
4.3	„Es sagt niemand die Wahrheit“	75
4.3.1	Darstellung des Problems	75
4.3.2	Analyse des Problems.....	78
4.4	„Jeder dieser Herren hat Angst, sein Gesicht zu verlieren“	86
4.4.1	Darstellung des Problems	86
4.4.2	Analyse des Problems.....	87
4.4.3	Exkurs: Das chinesische Gesichtskonzept	90
4.5	„Er möchte mit mir nicht sprechen“	103
4.5.1	Darstellung des Problems	103
4.5.2	Analyse des Problems.....	105
4.6	„Man muß mit denen feiern, man muß mit denen saufen“	110
4.6.1	Darstellung des Problems	110
4.6.2	Analyse des Problems.....	112
4.6.3	Exkurs: Soziokulturelle Hintergründe für die wichtige Bedeutung von <i>guanxi</i> und <i>renqing</i>	113
4.7	„Sie kommen bei einer Sache nicht auf den Punkt“	117
4.7.1	Darstellung des Problems	117
4.7.2	Analyse des Problems.....	118
4.8	Fazit	123
5	Chinesische Erfahrungen in der Kommunikation mit Deutschen	128
5.1	Positive Erfahrungen	128
5.2	Negative Erfahrungen.....	129
5.2.1	Darstellung der Aussagen.....	129
5.2.2	Analyse der Probleme.....	132
5.3	Erkannte Unterschiede im Kommunikationsverhalten.....	137
5.3.1	Direktheit <i>versus</i> Indirektheit	137
5.3.2	Explizit <i>versus</i> implizit.....	140

5.3.3	Sach- und Inhaltsorientierung <i>versus</i> Personen- und Beziehungsorientierung	141
5.3.4	Unterschiede in der Präsentation und Organisation der Informationen	145
5.3.5	Schriftliche Kommunikation <i>versus</i> mündliche bzw. persönliche Kommunikation.....	149
5.4	Fazit	151
6	Gegenüberstellung der deutschen und der chinesischen Erfahrungen	153
6.1	Bewertung der Sprachkenntnisse und der interkulturellen Vorbereitung	153
6.2	Erlebte Kommunikationsprobleme und deren Ursachen.....	155
6.3	Thematisierte Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Kommunikationsverhalten	157
6.4	Ratschläge und Anforderungen an künftige deutschen Expatriates	159
7	Exemplarische Untersuchung über das Sprechverhalten von Deutschen und Chinesen bei der Partnerbewertung	162
7.1	Positive Bewertung und Lob des Partners.....	163
7.1.1	Im deutschen Korpus.....	163
7.1.2	Im chinesischen Korpus	170
7.2	Negative Bewertungen und Kritik des Partners	177
7.2.1	Im deutschen Korpus.....	177
7.2.2	Im chinesischen Korpus	181
7.3	Zusammenfassung der Unterschiede.....	188
8	Schluß	191
8.1	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse.....	191
8.2	Verbesserungsvorschläge für die Vorbereitung künftiger deutscher Expatriates in China	196
8.2.1	Fremdsprachliche Vorbereitung	196
8.2.2	Interkulturelle Vorbereitung.....	199
8.3	Ausblick.....	202
	Literaturverzeichnis	203

1 Einleitung

1.1 Entstehung und Ziel der Arbeit

Vom Juni 1997 bis Juli 2000 arbeitete ich als wissenschaftliche Mitarbeiterin an einem Forschungsprojekt, das von der bayerischen Staatsregierung in Auftrag gegeben und am Institut für Kulturwissenschaften Ost- und Südasiens der Universität Würzburg durchgeführt wurde. Das Ziel des Projekts war, ein auf die Praxis bezogenes China-Handbuch für die deutsche Wirtschaft zu erstellen. Es ging einerseits um Theorie und Praxis von deutschen Wirtschaftsaktivitäten in China, andererseits um die interkulturelle Kommunikation in deutsch-chinesischen Geschäftsbeziehungen. Es sollten Schwierigkeiten, die sich in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit ergeben, aufgezeigt werden. Das Ergebnis des Forschungsprojekts wurde im Jahr 2001 in Form eines Handbuchs vom Oldenbourg Wissenschaftsverlag in der Reihe „Sprachen und Kulturen“ unter dem Titel *Markt China - Grundwissen zur erfolgreichen Marktöffnung* veröffentlicht.

Im Rahmen des genannten Forschungsprojekts hatte ich die Gelegenheit, zahlreiche deutsche und chinesische Manager, Wirtschaftsfachleute und offizielle Geschäftsträger in unterschiedlichen Branchen während zwei mehrmonatigen Recherchen an ganz verschiedenen Orten in China zu interviewen. Nach dem Abschluß des Forschungsprojekts ermutigten mich der Sprachwissenschaftler, Herr Professor Norbert Richard Wolf des Instituts für deutsche Philologie der Universität Würzburg und der Leiter meines Forschungsprojekts, Herr Professor Dieter Kuhn, die aufgrund des empirischen Materials entstandenen Untersuchungsergebnisse über die interkulturelle Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates² und Chinesen in Form einer Dissertation vorzulegen.

Einige Untersuchungsergebnisse der vorliegenden Studie wurden bereits in der oben erwähnten Publikation veröffentlicht. Während mein Beitrag in der genannten Publikation auch mit interkulturellen Management- und Personalproblemen sowie anderen konkreten Problemen für deutsche Expatriates im Leben und beim Arbeiten in China beschäftigt, werden in dieser Arbeit ausschließlich Kommunikationsprobleme zwischen deutschen

² Ein Expatriate ist ein Geschäfts- oder Fachmann, der vom Stammhaus ins Ausland entsandt wird und dort für längere Zeit als ausländischer Mitarbeiter arbeitet.

Expatriates und Chinesen untersucht. Zentrale Fragestellungen der vorliegenden Arbeit sind:

1. Mit welchen Kommunikationsproblemen werden die befragten deutschen Expatriates und Chinesen in ihrer interkulturellen Kommunikation miteinander konfrontiert?
2. Was sind die Ursachen bzw. die Einflußfaktoren der genannten Probleme?
3. Welche Rolle spielen Sprache und Sprachkenntnisse in der Kommunikationsproblematik zwischen deutschen Expatriates und Chinesen?
4. Welche Unterschiede des Kommunikationsverhaltens werden von den befragten Deutschen und Chinesen beobachtet?
5. Welche Verbesserungsvorschläge können für die Vorbereitung künftiger deutscher Expatriates gegeben werden?

1.2 Über die aktuelle Bedeutung der Untersuchung

Daß die vorliegende Untersuchung über die Kommunikation zwischen deutschen Expatriates und Chinesen in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit ihre aktuelle Bedeutung hat, möchte ich aus den folgenden drei Aspekten zeigen:

Erstens, es zeigt sich zur Zeit eine Tendenz der Intensivierung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und der Volksrepublik China. Deutschland ist einer der wichtigsten Handelspartner Chinas, und China ist zur Zeit das größte Entwicklungshilfesempfängerland von Deutschland. Allein im Jahr 2001 betrug die realisierte deutsche Direktinvestition in China 1,2 Milliarden US\$.³ Im Jahr 2001 ist das bilaterale Handelsvolumen im Vergleich zum Jahr 2000 um 19,5% gestiegen.⁴ Es ist vorauszusagen, daß China dank seines riesigen Marktpotentials und seines schnellen Wirtschaftswachstums immer mehr deutsche Investitionen anziehen wird. Nach dem WTO-Beitritt Chinas werden sich voraussichtlich noch mehr deutsche Geschäfts- und Fachleute in China engagieren. Angesichts dieser Tatsache hat die vorliegende Arbeit, die das Ziel hat, direkte Kommunikation zwischen deutschen und chinesischen Geschäfts- und Fachleuten zu verbessern, ihren aktuellen Wert.

³Statistische Angabe nach der Chinesischen Botschaft in Deutschland. Abrufbar über <http://www.trade-embassy-china.de/waizitongji2001.htm> [Zugriff: 18.03.02].

⁴ Statistische Angabe nach der Chinesischen Botschaft in Deutschland. Abrufbar über <http://www.trade-embassy-china.de/zhongfangzhongdemaoyitongji200112.htm>. [Zugriff 18.03.02].

Zweitens, es besteht realer Bedarf an einer derartigen Untersuchung. Als ich im Jahr 1997 begann, mich im Rahmen des oben genannten Projekts mit dem Thema „Interkultureller Kommunikation zwischen Deutschen und Chinesen in der Wirtschaftszusammenarbeit“ zu beschäftigen, gab es nur eine sehr geringe Anzahl von Arbeiten über die deutsch-chinesische interkulturelle Kommunikation. Eine empirisch fundierte wissenschaftliche Untersuchung, die sich ausschließlich mit den Kommunikationsproblemen zwischen deutschen Expatriates und Chinesen in der Wirtschaftszusammenarbeit befaßt, konnte ich nicht finden.

Aus diesem Grund entschied ich mich, eine Befragung mit Betroffenen durchzuführen, um dadurch empirisches Material zu sammeln. Alle deutschen Expatriates und Chinesen, die ich kontaktierte, um mit ihnen ein Interviewgespräch zu führen, in dem sie über ihre Erfahrungen und Probleme in der interkulturellen Wirtschaftszusammenarbeit berichten sollten, sagten mir zu. Noch bevor unser Untersuchungsergebnis veröffentlicht wurde, bekamen wir zahlreiche Anrufe, Anschreiben und Anfragen von deutschen Unternehmen, nachdem sie sich über die Zeitungen *Mainpost*, *Mainecho* und das Internet über unsere Forschung informiert hatten. Die meisten der Unternehmen waren bereits in China tätig und hatten gewisse Erfahrungen auf diesem Gebiet, trotzdem waren sie sehr an unseren Untersuchungsergebnissen interessiert. Nach dem Erscheinen unseres Buches fand es sehr positive Aufnahme. All dies bestätigt, daß eine derartige Untersuchung von der Öffentlichkeit, besonders von denjenigen, die an der deutsch-chinesischen Wirtschaftszusammenarbeit direkt beteiligt sind, begrüßt wird.

Drittens, wie oben bereits kurz erwähnt wurde, besteht ein Defizit in der Untersuchung auf diesem Gebiet. Erst nach Anfang der 90er Jahre gab es die ersten Untersuchungen über die deutsch-chinesische interkulturelle Kommunikation. Im folgenden wird ein kurzer Überblick über den Forschungsstand auf diesem Gebiet gegeben.

Die Arbeit von Susanne Günthner *Diskursstrategien in der interkulturellen Kommunikation. Analysen deutsch – chinesischer Gespräche* setzt sich mit den Unterschieden in den deutschen und chinesischen Diskursstrategien auseinander (Günthner 1993). Neben der Methodenerklärung gibt sie auch einen Überblick über die Forschungsgeschichte der interkulturellen Kommunikation. In ihrer Untersuchung wurden deutsche Gespräche zwischen deutschen und chinesischen Studenten, Hochschullehrern und Ingenieuren und

Naturwissenschaftlern analysiert. Durch ihre Gesprächsanalyse kommt die Autorin zum Schluß, daß in der interkulturellen Kommunikation die Bedeutungsaushandlung durch lernersprachliche Defizite, divergierende soziokulturelle Wissensbestände sowie kulturspezifische Unterschiede in den Diskursstrategien und den Kontextualisierungskonventionen erschwert wird. Außerdem entstehen Verstehensprobleme oft dadurch, weil chinesische Sprecher im Gespräch mit Deutschen ihren chinesischen Diskursstil behalten, auch wenn das Gespräch auf Deutsch geführt wird. In dieser Arbeit werde ich überprüfen, ob dieses Phänomen auch von den befragten Deutschen und Chinesen beobachtet und als Grund für die Kommunikationsstörung genannt wird.

Der Germanist Yong Liang befaßt sich in seiner Habilitationsschrift *Höflichkeit im Chinesischen. Geschichte – Konzept – Handlungsmuster* (Liang 1998) mit dem chinesischen Höflichkeitskonzept. Er versucht anhand zahlreicher Beispiele von Höflichkeitsfloskeln, ritualisierten Sprachverwendungen und strategischen Kommunikationsmitteln zu zeigen, wie soziokulturell determinierte Höflichkeitsmaximen in deutschen und chinesischen Texten durch unterschiedliche Verhaltens- und Handlungsmuster vergegenwärtigt und sprachlich realisiert werden und dadurch im interkulturellen Kontext Verstehens- bzw. Verständigungsprobleme entstehen können.

Die Dissertation von Xiufang Jin *Kontakte, Konflikte und Kompromisse: Interkulturelle Kommunikation zwischen Deutschen und Chinesen in einem Joint-Venture* (Jin 1994) beschäftigt sich mit den interkulturellen Erfahrungen der deutschen und der chinesischen Mitarbeiter des Joint-Ventures Shanghai Volkswagen (SVW). Der empirische Teil der Arbeit basiert auf 24 Interviews mit deutschen und chinesischen Befragten. Bei den Deutschen handelt es sich um Fachleute, die Anfang und Mitte der 80er Jahre in SVW als Experten tätig waren; die chinesischen Befragten sind Trainees der VW AG in Wolfsburg. Sprachliche Kommunikationsprobleme machen allerdings nur einen geringen Anteil der Aussagen von den Befragten aus. Die von den Befragten erwähnten Probleme beziehen sich größtenteils spezifisch auf konkrete Begebenheiten und Situationen im Joint-Venture in der damaligen Anfangsphase der Kooperation, diese sind m.E. nach einem Jahrzehnt nicht mehr aktuell.

Lanlan Yin untersucht in ihrer Dissertation *Interkulturelle Argumentationsanalyse. Strategieuntersuchung chinesischer und deutscher Argumentationstexte* (Yin 1999) die argumentativen Strukturen und indirekt-argumentative Sprachhandlungen der gegenwärtigen deutschen und chinesischen Zeitungskommentare. Die Untersuchung stellt heraus, daß sich die chinesischen Argumentationsformen stärker an Folgen von Handlungen orientieren als die deutschen Argumentationen, die sich stärker an der Legitimierbarkeit von Handlungen orientieren.

Neben diesen sprachwissenschaftlichen Untersuchungen gibt es auch einige Arbeiten aus den Gebieten der Sinologie und der Psychologie, die sich mit dem Thema „Interkultureller Kommunikation in der deutsch-chinesischen Wirtschaftszusammenarbeit“ beschäftigen (vgl. Thomas 1995, Nagels 1996 u. Sader 1999). Bei der Untersuchung von verhaltensregulierenden Kulturstandards und Akkulturationsmustern werden Verständigungsprobleme unvermeidlich angesprochen. Die relevanten Ergebnisse dieser Studien werden in dieser vorliegenden Arbeit berücksichtigt und mit meinen eigenen Ergebnissen verglichen.

Nach eigener Recherche liegt zur Zeit jedoch noch keine Arbeit vor, die sich spezifisch mit den sprachlichen Kommunikationsproblemen zwischen Deutschen und Chinesen in der Wirtschaftszusammenarbeit auseinandersetzt. Mit dieser vorliegenden Untersuchung möchte ich das Defizit decken.

Ausgehend von den empirischen Kommunikationserfahrungen der befragten deutschen Expatriates und Chinesen in ihrer alltäglichen interkulturellen Interaktion und Zusammenarbeit miteinander sollten in dieser Arbeit konkrete Kommunikationsprobleme, deren Einflußfaktoren sowie Unterschiede in Kommunikationsverhaltensmustern und Sprechgewohnheiten zwischen Deutschen und Chinesen herausgearbeitet werden. Soziokulturelle Hintergründe, die das Kommunikationsverhalten der Menschen beeinflussen können, werden berücksichtigt. Allerdings bin ich hier nicht daran interessiert, abstrakte Kulturstandards zu beschreiben.

Als ein normaler Sprecher ist man sich des eigenen Sprechverhaltens oft nicht bewußt. Nur fremdartige Verhaltensweisen, die die eigenkulturellen Normen und Konventionen

verletzen, werden wahrgenommen. Durch den Vergleich der deutschen und der chinesischen Erfahrungen kann es vermieden werden, Kommunikationsprobleme und deren Ursachen einseitig aus der deutschen bzw. aus der chinesischen Sichtweise zu beurteilen und zu analysieren. Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich jedoch nicht lediglich um eine einfache Darstellung der subjektiven Meinungen und Erfahrungen der Befragten, sondern die von den befragten Deutschen und Chinesen erlebten und beobachteten Kommunikationsprobleme werden aus der interpretativ-soziolinguistischen und der kommunikationsethnographischen Perspektive analysiert. Die Arbeit verfolgt sowohl wissenschaftliche als auch praktische Ziele. So werden am Ende der Untersuchung konkrete Verbesserungsvorschläge für die Vorbereitung künftiger deutscher Expatriates in China gegeben.

1.3 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit ist folgendermaßen gegliedert: Im zweiten Kapitel werden einführend die Grundbegriffe der vorliegenden Arbeit – „Kommunikation“, „Kultur“ und „interkulturelle Kommunikation“ – erläutert. Daran anknüpfend werden einige häufig vorkommende Probleme in der interkulturellen Kommunikation dargestellt. Anschließend stelle ich die verschiedenen theoretischen und methodologischen Ansätze zur Untersuchung der interkulturellen Kommunikation vor: die kontrastive Pragmatik, die interpretative Soziolinguistik, die Kontextualisierung, die ethnomethodologische Konversationsanalyse und die Ethnographie der Kommunikation. Die Stärke und Schwäche dieser Ansätze werden aufgezeigt, daraufhin werden die der vorliegenden Arbeit zugrundeliegenden theoretischen und methodologischen Ansätze dargestellt.

Das Kapitel drei befaßt sich mit der Methode der Arbeit. Nach der Darstellung einiger Grundüberlegungen über die Vorgehensweise der vorliegenden Untersuchung werden das Datenmaterial und die Erhebungsmethode vorgestellt. Anschließend werden die Untersuchungs- und Auswertungsmethode der Arbeit dargelegt: Zuerst wird die Wahl der qualitativ-interpretativen Auswertungsmethode begründet. Dann werden die beiden konkreten Methoden für die Interpretation und Auswertung des Datenmaterials – die Kategorisierung und die Kontextualisierung der Aussagen – beschrieben. Abschließend

wird die synthetische Analysemethode der Untersuchung – die Integration von Darstellung, Interpretation und Erklären – erläutert.

Die Kapitel vier, fünf, sechs und sieben bilden den empirischen Teil der Arbeit. In Kapitel vier werden die deutschen Erfahrungen in der Kommunikation mit Chinesen untersucht. Zu Beginn wird ein Einzelfall präsentiert. Dann wird das gesamte deutsche Datenmaterial analysiert. Die von den deutschen Befragten beobachteten fremdartigen chinesischen Kommunikationsgewohnheiten und häufig erlebten interkulturellen Kommunikationsprobleme werden aufgezeigt und unter Berücksichtigung relevanter sprachlicher und soziokultureller Einflußfaktoren analysiert. Die Meinungen und Erfahrungen der Befragten werden auch mit eigenen ethnographischen Beobachtungen und Untersuchungsergebnissen anderer Arbeiten verglichen. Das chinesische Datenmaterial wird in Kapitel fünf ausgewertet. Neben der Darstellung der erlebten positiven und negativen interkulturellen Kommunikationserfahrungen werden auch die von den chinesischen Befragten beobachteten Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Kommunikationsverhalten beleuchtet. Im sechsten Kapitel werden die deutschen und die chinesischen Aussagen gegenübergestellt. Das Gemeinsame und die Unterschiede in den Erfahrungen und Ansichten der beiden Seiten werden aufgezeigt. Dabei sollten die von den beiden Seiten erkannten Kommunikationsverhaltensunterschiede und unterschiedlichen Präferenzen für bestimmte Kommunikationsstrategien verdeutlicht werden. In Kapitel sieben wird dann anhand des Datenmaterials eine exemplarische kontrastive Untersuchung über das Sprechverhalten der befragten Deutschen und Chinesen bei der Partnerbewertung durchgeführt, um zu veranschaulichen, welche tatsächlichen Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Sprechverhalten es gibt und ob die von den Befragten genannten unterschiedlichen Präferenzen bestimmter Kommunikationsstrategien auch in ihrer eigenen Rede zu beobachten sind.

Im letzten Kapitel werden die Untersuchungsergebnisse zusammengefaßt und die Fragestellungen der Arbeit abschließend beantwortet. Konkrete Verbesserungsvorschläge für die Vorbereitung künftiger deutscher Expatriates in China und ein Ausblick auf die künftige Forschung in diesem Gebiet werden gegeben.

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Zum Begriff „Kommunikation“

Die vorliegende Arbeit untersucht Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates und Chinesen. Sie setzt Klarheit darüber voraus, um welche Art von Phänomenen es sich dabei eigentlich handelt. Demnach muß zunächst einmal der Begriff „Kommunikation“ erläutert werden.

Kaum ein Wort wird derzeit so häufig verwendet wie „Kommunikation“. Das Phänomen der Kommunikation ist allgegenwärtig, und damit haben sich Wissenschaftler aus verschiedenen Disziplinen wie der Philosophie, Anthropologie, Informatik, Psychologie, Soziologie, Linguistik, Medienwissenschaft, Literaturwissenschaft etc. beschäftigt. Die Vielfalt des Kommunikationsphänomens erschwert es, eine generelle bzw. spezifische Definition von „Kommunikation“ zu geben. Merten spricht in den 70er Jahren schon von 160 Definitionen von Kommunikation (Merten 1977:29). In den Büchern oder Artikeln über „Interkulturelle Kommunikation“ und „Ethnographie der Kommunikation“ findet man jedoch selten die Definition von „Kommunikation“ (z.B. Ting-Toomey 1999, Hymes 1974, Saville-Troike 1989), auch wenn die Autoren versuchen, die Begriffe wie „Kommunikationsereignisse“, „Kommunikationssituationen“, „Kommunikative Kompetenz“ u.a. näher zu definieren. Auch in den zweibändigen Handbüchern zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (HSK Soziolinguistik, Ammon/Dittmar 1987) ist keine Definition von Kommunikation zu finden, obwohl darin Phänomene wie „Kommunikationskonflikte“, „Kommunikationsstörungen“ und „interkulturelle Kommunikation“ etc. thematisiert werden. Ob es sich beim Fehlen einer Kommunikationsdefinition um Nachlässigkeit handelt oder der Begriff „Kommunikation“ bei den Autoren als ein Alltagswort verstanden wird, dessen Bedeutung ohne weitere Erklärung eindeutig scheint, ist nicht klar.

Betrachtet man einige Definitionen von „Kommunikation“ wie die folgenden, so kann man schnell feststellen, daß, auch wenn das Wort „Kommunikation“ einen wichtigen Platz in der Alltagssprache einnimmt, die Bedeutung des Begriffs „Kommunikation“ nicht immer eindeutig ist.

Im folgenden sind zehn Beispiele von Definitionen der Kommunikation:

„Kommunikation heißt Transport von Mitteilungen.“⁵

„Kommunikation ist der Prozeß des inter-individuellen Mitteilens von Informationen, Ideen und Haltungen, für den einerseits die Interdependenz in der Beziehung der Kommunikationspartner und andererseits die Benutzung von Symbolen aller Arten als Vehikel für die Übermittlung der Inhalte charakteristisch ist.“⁶

„... the two terms communication and behavior are used virtually synonymously. ... all behavior, not only speech, is communication.“⁷

„Communication is social interaction through symbols and message systems.“⁸

„Kommunikation ist auch als Verfahren der Verständigung zu verstehen.“⁹

„Kommunikation heißt der verbale Informationsaustausch, der sich auf ein durch reflexive Ko-Orientierung konstituiertes Hintergrundsverstehen bezieht.“¹⁰

„Kommunikation ist ein dreistelliger Selektionsprozeß. ... die Selektivität der Information selbst, ... die zweite die Selektion ihrer Mitteilung, ... die dritte die Erfolgserwartung, die Erwartung einer Annahmeselektion.“¹¹

„Kommunikation ist die Übertragung von Bedeutungen zwischen kommunikationsfähigen Systemen.“¹²

„Kommunikation heißt Handeln. Kommunikationstheorie sind spezielle Handlungstheorien.“¹³

„Communication is the mutual interchange of ideas by any effective means.“¹⁴

⁵ Maser, Siegfried (1971): Grundlagen der allgemeinen Kommunikationstheorie. Stuttgart. S. 13. Zitiert nach Merten 1977, S.174.

⁶ Bergsdorf, Wolfgang (1971): Massenkommunikation und politischer Prozeß. Phil. Diss. Universität Regensburg. S. 11. Zitiert nach Merten 1977, S.168.

⁷ Watzlawick, Paul / Beavin, Janet Helmick u.a. (1967): Pragmatics of Human Communication. A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes. California. S. 22.

⁸ Gerbner, George (1966): On Defining Communication. Still An-Other View. In: JoC, Vol. 16/1966. 102. Zitiert nach Merten 1977, S.171.

⁹ Faßler, Manfred (1997): Was ist Kommunikation. München. S. 14.

¹⁰ Siegrist, Johannes (1970): Das Consensus-Modell. Studien zur Interaktionstheorie und zur kognitiven Sozialisation. Stuttgart. S. 55. Zitiert nach Merten 1977, S.178.

¹¹ Luhmann, Niklas (1984): Soziale Systeme. Frankfurt/M. S. 194-196.

¹² Wersig, Gernot / Mayer-Uhlenried, K. H. (1969): Versuche zur Terminologie in der Dokumentation: Kommunikation und Information. In: Nachr. f. Dokum., Jg.20/1969. 116-123 u. 199-204. S. 120. Zitiert nach Merten 1977, S.181.

¹³ Meggle, Georg (1997): Grundbegriffe der Kommunikation. Berlin. S. 5.

¹⁴ Thayer, Lee (1968): Communication and Communication Systems in Organization, Management and Interpersonal Relations. Homewood/I11. Irwin. S. 13. Zitiert nach Merten 1977, S.180.

Diese zehn Beispiele der Definitionen von „Kommunikation“ zeigen die unterschiedlichen Verständnisse für den Begriff Kommunikation auf, und damit wird die Simplität und das Alltagsverständnis von Kommunikation relativiert. Es ist aber nicht das Ziel der vorliegenden Arbeit, Stellung zu den verschiedenen Kommunikationsdefinitionen zu nehmen oder eine neue Definition von Kommunikation zu erarbeiten. Angesichts der Tatsache, daß der Begriff „Kommunikation“ in viele verschiedene Disziplinen hineinreicht, hätte eine einfache Definitionsexplikation ein nur unzureichendes Verständnis der Dimensionen von Kommunikation eingebracht. Ziel dieses Kapitels ist, das Kommunikationskonzept darzustellen, worauf sich die vorliegende Arbeit stützt.

Kommunikation als ein interaktiver Informationsaustausch- und Verständigungsprozeß

Die vorliegende Arbeit untersucht die interpersonale Kommunikation. Der Kommunikationsbegriff entfernt sich hier deshalb von der mathematisch-technischen Sicht der Datenübermittlung. Kommunikation wird in der vorliegenden Untersuchung nicht als einseitig konzipierter Prozeß (wie Mitteilung, Transfer oder Interpretation von Informationen), sondern als symmetrisch strukturierter Prozeß (als Interaktion und Verständigungsprozeß) verstanden. Kommunikation bedeutet deshalb nicht, daß „einer einem anderen etwas Fertiges übermittelt und dieser das Übermittelte einfach nur aufgreift oder auch zurückweist“ (Hartung 1991:241). Es geht bei einer interpersonalen Kommunikation immer um einen wechselseitigen Austausch von Informationen, Meinungen, Ideen und Einstellungen und um das „äußerlich sichtbare, konkrete Aufeinanderwirken der Individuen innerhalb eines gemeinsamen raum-zeitlichen Bezugssystems“ (ebd.). Kommunikationspartner können gleichzeitig Sender und Empfänger sein. In einer Kommunikation geschieht also nicht nur, daß einer eine Information sendet, und ein anderer die Information rezipiert, sondern beide stellen auch etwas Gemeinsames her, sei es einen gemeinsamen Text (Gespräch) oder „eine bestimmte, über die individuellen Perspektiven hinausgreifende Sicht des Kommunikationsgegenstandes“ (ebd.). Diese Interpretation der Kommunikation entspricht der etymologischen Bedeutung des Wortes. Denn der Begriff Kommunikation kann auf das lateinische Wort *communicare* zurückgeführt werden. Es hat drei Hauptbedeutungen: 1. etwas gemeinsam machen, vereinigen; 2. etwas mit jemandem teilen; 3. mit jemandem etwas besprechen.¹⁵ Der

¹⁵ Vgl. PONS – Praxiswörterbuch. Lateinisch-Deutsch, Deutsch Lateinisch. Stuttgart. 1993, S. 60.

interaktive Aspekt der Kommunikation heißt aber nicht, „daß dieser nur in Formen der Kooperation manifestiert wird; ebensowenig ist ausgeschlossen, daß interagierende Teilnehmer Täuschungsversuche unternehmen oder daß sie Mißverständnissen unterliegen“ (Hartung 1992:241).

Kommunikationskanäle

Die Existenz mindestens eines Kommunikationskanals, durch den Informationen übermittelt werden können, ist eine notwendige Bedingung für das Zustandekommen von Kommunikation (Watzlawick u.a. 1990:51). Für interpersonale Kommunikation ist die Sprache der wichtigste Kommunikationskanal. Je nach dem, ob die Informationen durch die geschriebene oder die gesprochene Sprache übermittelt werden, unterscheidet man zwischen schriftlicher und mündlicher Kommunikation. Die Sprache ist jedoch nicht der einzige Kommunikationskanal für interpersonale Kommunikation, man kann auch durch Gestik und Mimik (Körpersprache) u.a. kommunizieren. Deswegen unterscheidet man auch zwischen verbaler und non-verbaler Kommunikation. Bei der verbalen Kommunikation werden manche Informationen auch durch Intonation, Pausen, Lachen, Seufzen, Schweigen und Geschwindigkeit des Sprechens übermittelt, dabei spricht man von parasprachlicher Kommunikation. In der vorliegenden Arbeit sollten ausschließlich mündliche Kommunikation untersucht. Dabei gebührt der verbalen Ebene der Kommunikation besondere Beachtung. Außersprachliche kommunikative Aspekte werden allerdings auch berücksichtigt. Es sei jedoch darauf hingewiesen, daß sprachliche Kommunikation, die von Angesicht zu Angesicht verläuft, sich immer auf mehreren Kommunikationskanälen gleichzeitig vollzieht (vgl. Knapp 1996:61).

Inhalts- und Beziehungsaspekt der Kommunikation

Jede Kommunikation hat einen inhaltlichen und einen Beziehungsaspekt (vgl. Watzlawick u.a. 1990, Adamzik 1984). Bei jeder Kommunikation geht es deswegen nicht nur um Übermittlung von Informationen, sondern auch um Beziehungsgestaltung zwischen den Kommunikanten. Bei einer Kommunikation treten die kommunizierenden Individuellen immer zueinander in Beziehung. „Sie nehmen sich – über den Inhalt der Kommunikation oder unabhängig von ihm – als Individuen wahr, bewerten den Partner positiv oder negativ, wollen selbst in einer bestimmten Weise bewertet werden usw.“ (Hartung 1991:76).

Wie oben bereits angedeutet, werden bei jeder Kommunikation nicht nur Informationen vermittelt, sondern die kommunizierenden Individuen wirken auch immer zusammen. Wenn die Kommunikationspartner aber nicht miteinander kooperieren, z.B. weil einem der an der Kommunikation Teilnehmenden Kommunikationskompetenz oder Kenntnisse über Kommunikationskonventionen oder -normen fehlen, dann entstehen Mißverständnisse und Fehlkommunikation, die Beziehungen zwischen den Kommunikationspartner werden dadurch auch beeinträchtigt.

Kommunikationswissen, -konventionen, -normen und -stile

Zum Kommunizieren ist mehr als sprachliches Wissen erforderlich. Wenn man verstanden wird oder überhaupt als Kommunikationspartner akzeptiert wird, muß man bestimmte Regeln, Konventionen und Normen befolgen. Kenntnisse über Kommunikationskonventionen, -normen und angemessene Kommunikationsstile gehören zur Kommunikationskompetenz. Nach dem sechsbändigen Duden sind die beiden Begriffe Konvention und Normen Synonyme. Dort werden Konventionen als „Regeln des Umgangs, des sozialen Verhaltens, die für die Gesellschaft als Verhaltensnorm gelten“ (Drosdowski 1980:1548) definiert, und Normen sind „allgemein erkannte, als verbindlich geltende Regeln“ (Drosdowski 1980:1894). In der Tat sind Kommunikationskonventionen und -normen als Konsens in einer Sprachgemeinschaft bezüglich kommunikativen Verhaltens zu verstehen, deren Nichtbeachtung als Verstoß angesehen wird. Kommunikationskonventionen und -normen implizieren immer ihre soziokulturellen Hintergründe.

Kommunikationspartner aus unterschiedlichen Sprachgemeinschaften und Kulturen verfügen über unterschiedliche Kommunikationswissensbestände, und sie bedienen sich in konkreten Kommunikationssituationen oft unterschiedlicher Handlungsorientierungen und Interpretationsmuster. Das schafft zahlreiche Unterschiede in bezug auf das Herangehen an die Verschlüsselung, Übermittlung und Entschlüsselung, unter Umständen aber auch die Basis für Kommunikationsprobleme.

In der vorliegenden Arbeit wird bei der Analyse des Kommunikationsverhaltens auch der Begriff Kommunikationsstil verwendet. Stil ist ein vieldeutiger Terminus. „Er bezieht sich

auf verschiedene Aspekte sprachlichen Handelns“ (Sandig 1986:31). Hier soll Stil der Definition bei Sandig (1986) folgend aufgefaßt werden als

„für die Beteiligten sinnvolle und Wirkungen auslösende Art der Durchführung konkreter Handlungen mittels Texten/Äußerungen in Situationen, bezogen auf das (nicht notwendig bewußte) Wissen der Beteiligten über Situationstypen, Handlungsmuster, Text- und Wissensmuster, Typen stilistischen Sinns und stilistischer Wirkung, stilistische Strukturtypen und -prinzipien, Stiltechniken, Stilinventare und Stilmuster“ (Sandig 1986:157).

Stil wird hier also „als Wahl“ verstanden (Sandig 1986:32). Für konkrete Kommunikationssituationen gibt es in der Tat oft Stilalternativen. Kommunizierende Individuen haben häufig gewisse Präferenzen von Stilen. In der vorliegenden Arbeit wird bei der Untersuchung z.B. zwischen dem „direkten“ und dem „indirekten“ Kommunikationsstil unterschieden. Bei einem indirekten Kommunikationsstil wird „eine im Kontext und / oder in der Situation verstehbare Intention nicht wörtlich sondern anders ‚indirekt‘ formuliert“ (Sandig 1986: 252).

2.2 Interkulturelle Kommunikation

2.2.1 Was ist Kultur?

Kultur ist ebenfalls ein oft verwendetes Wort, dessen Bedeutungsinhalt allerdings nicht immer klar ist. Viele Wissenschaftler haben sich mit dem Begriff bzw. dem Phänomen Kultur beschäftigt. Der amerikanische Kulturanthropologe Kroeber hatte schon in den 40er Jahren bereits mehr als 150 Definitionen für Kultur zusammengestellt (Kroeber u.a. 1952). Hier werden nur einige der für die interkulturelle Kommunikation relevanten Definitionen aufgegriffen.

In der Kulturanthropologie wird Kultur im wesentlichen als ein System von Konzepten, Überzeugungen, Einstellungen und Wertorientierungen verstanden, die sowohl im Verhalten und Handeln der Menschen als auch in ihren geistigen und materiellen Produkten sichtbar werden (Maletzke 1996:16).

Die folgende frühe Kulturdefinition des britischen Ethnologen Edward B. Tylor in seinem Buch *Primitive Culture* aus dem Jahr 1871 wird von Anthropologen vielfach zitiert:

„Culture oder Civilisation im weitesten ethnologischen Sinne ist jener Inbegriff von Wissen, Glauben, Kunst, Moral, Gesetz, Sitte und allen übrigen Fähigkeiten und Gewohnheiten, welche der Mensch als Mitglied seiner Gesellschaft sich angeeignet hat.“ (Tylor 1873:1)

Für Ralph Linton beinhaltet der Begriff Kultur die Verhaltensmuster der Mitglieder einer Gesellschaft:

„Eine Kultur ist das Gesamtgebilde aus erlerntem Verhalten und Verhaltensresultaten, dessen einzelne Elemente von den Mitgliedern einer bestimmten Gesellschaft geteilt und weitergegeben werden.“ (Linton 1974:33)

Der amerikanische Anthropologe Richard Walter Brislin bezeichnet Kultur dagegen als

„eine identifizierbare Gruppe mit gemeinsamen Überzeugungen und Erfahrungen, mit Wertgefühlen, die mit diesen Erfahrungen verbunden sind, und mit einem Interesse an einem gemeinsamen historischen Hintergrund“ (Brislin 1981:2).

Nach diesem Kulturverständnis bilden zum Beispiel die deutsche und die chinesische Gesellschaft jeweils eine eigene Kultur.

In der kognitiven Anthropologie wird Kultur als die kognitive Welt der Kulturangehörigen definiert, die durch die Gesamtheit des Wissens bzw. derjenigen Wissenssysteme, die regelkonformes, kulturell akzeptiertes Handeln ermöglichen, verkörpert wird (vgl. Joenhoff 1992:121). Nach William Howley Goodenough, dem Hauptvertreter und Begründer der kognitiven Anthropologie ist Kultur kein materielles Phänomen:

„It [culture] does not consist of things, people, behavior, or emotions. It is rather an organization of these things. It is the form of things that people have in mind, their models for perceiving, and otherwise interpreting them. As such, the things people say or do, their social arrangements and events, are products or by-products of their culture as they apply it to the task of perceiving and dealing with their circumstances.“ (Goodenough 1967: 36)

Die modernen linguistischen Untersuchungen der menschlichen Kommunikation werden stark von dem goodenoughischen Kulturbegriff der kognitiven Anthropologie beeinflusst. Mit diesem kognitiven Kulturverständnis ist Kultur etwas, was die Menschen in ihren Köpfen haben, und mit deren Hilfe die einzelnen Menschen ihr Verhalten lenken.

Diese kleine Auswahl aus den zahlreichen Definitionen von Kultur mag genügen, um die Vielschichtigkeit des Begriffs sichtbar zu machen. Zusammenfaßt läßt sich Kultur in mindestens drei verschiedenen Dimensionen fassen:

- a) als Handlungsorientierung;
- b) als Gesamtheit von Artefakten, die zu Trägern von Sinn und Bedeutung werden können;
- c) als konkret vollzogene Handlungen (vgl. Leonhoff 1992: 144).

Als eine sicherlich wichtige, jedoch nicht genau zu bemessende, in ihrem Ausmaß jedoch nur schwer einschätzbare Größe beeinflusst Kultur jeden Interaktions- und Kommunikationsprozeß.

Nicht zuletzt sei darauf hingewiesen, daß Kultur nicht statisch, sondern dynamisch und anpassungsfähig ist und innerhalb einer bestimmten Gesellschaft nicht monolithisch und homogen, sondern heterogen ist. Eine Gesellschaft wie China mit über 50 nationalen Minderheiten ist ein komplexes und nicht homogenes soziales Gebilde, wobei man sicher davon ausgehen kann, daß man hier von mehreren unterscheidbaren Kulturen reden kann. Solche Kulturen, die innerhalb einer Gesellschaft durch die Teilgruppen aufgewiesen werden, nennt man Subkulturen. „Jede Subkultur hebt sich durch ihre subkulturspezifischen Merkmale von anderen Subkulturen ab, fügt sich aber zugleich der übergreifenden Gesamtkultur ein.“ (Maletzke 1996:17). Das Konzept der Subkultur beschränkt sich aber nicht nur auf ethnisch definierte Teilgruppen, sondern auch auf sonstige Untergruppen. In Deutschland z.B. kann man westdeutsche und ostdeutsche, süddeutsche und norddeutsche Subkulturen erkennen; gut Gebildete und wenig gut Gebildete, Jugendliche und alte Menschen, Städter und Dorfbewohner, jedes Unternehmen und Berufsgruppen weisen ihre eigene Subkulturen auf. Eine Person kann deshalb zugleich mehreren Subkulturen angehören.

Bei allen Unterschieden, die für sie jeweils spezifisch sind, umfassen Subkulturen doch stets einen gemeinsamen Kern an Weltbildern, Werten, Normen und Handlungsmustern, die sie als zu einer bestimmten Kultur gehörig aufweisen (Knapp 1996:60). Für die vorliegende Untersuchung über Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates und Chinesen wird deshalb ungeachtet der Vielschichtigkeit des Kulturbegriffs eine Vereinfachung in Kauf genommen und aller Einsichten zum Trotz auf die Unterscheidung von einer deutschen und einer chinesischen Kultur zugegriffen wird, wobei hier die Nationalität und die Sprache als zwei distinktive Merkmale für eine andere Kultur gelten.

2.2.2 Was ist interkulturelle Kommunikation?

Interkulturelle Kommunikation wird im allgemeinen als Kommunikation zwischen Angehörigen verschiedener Kulturkreise verstanden. Sprache und Ethnie gelten als zwei wichtigste Kriterien für interkulturelle Kommunikation. Im Buch *Theories in intercultural communication* definieren Kim und Gudykunst interkulturelle Kommunikation wie folgt:

Intercultural communication is defined as the communication process that takes place in a circumstance in which communicators' patterns of verbal and nonverbal encoding and decoding are significantly different because of cultural differences. ... We are primarily concerned here with communication situations of direct, face-to-face encounters between individuals of differing cultural backgrounds. The term culture is used broadly and inclusively to refer to the collective life patterns shared by people in social groups such as national, racial, ethnic, socioeconomic, regional, and gender groups. Communication situations are considered intercultural to the extent that the participants carry different cultural and subcultural attributes. The more the participants differ in their cultural and subcultural attributes, the more intercultural the communication is. (Kim/Gudykunst 1988: 305f.)

Da Kultur ein Gesamtbegriff ist und über zahlreiche Variablen verfügt, können auch Geschlecht, Schichtenzugehörigkeit, Dialekt u.a. zur Ressource für interkulturelle Kommunikation werden. Kommunikation zwischen Menschen, die zwar die gleiche Sprache sprechen, aber unterschiedliche ethnische Abstammung haben, wie z.B. die weißen und die schwarzen Amerikaner, wird auch als interkulturelle Kommunikation angesehen. Eine klare Trennung zwischen inter- und intrakultureller Kommunikation ist schwer zu ziehen. In einem gewissen Sinn ist jede Kommunikation eine interkulturelle Kommunikation.

In den weitaus meisten Fällen im Bereich der linguistischen Forschung wird interkulturelle Kommunikation jedoch in einem engeren Sinne als Kommunikation zwischen Interaktionspartnern unterschiedlicher kultureller Abstammung aufgefaßt, in der mindestens einer der Interaktionspartner in einer Sprache spricht, die nicht seine Muttersprache ist. Dazu gehören auch Situationen, in denen alle Kommunikationsteilnehmer in einer erlernten Fremdsprache sprechen.

Die vorliegende Studie beruht auf den folgenden – durchaus streitbaren – Vorannahmen:

- Es gibt unterschiedliche, voneinander unterscheidbare Kulturen
- Kommunikationsteilnehmer sind immer auch Teilnehmer bzw. Teilhaber einer Kultur
- Kulturelles spiegelt sich in der Kommunikation wider (Ohne Kulturteilhabe könnte man gar nicht kommunizieren)

- Kulturteilhabe heißt: In einer spezifischen Weise kommunizieren
- Gemeinsame Kulturteilhabe erleichtert die Kommunikation, unterschiedliche Kulturteilhabe erschwert sie (Vgl. Hinnenkamp 1992:142)

Die interkulturelle Kommunikationsforschung begann erst in den 70er Jahren. Die Hauptfragestellungen der interkulturellen Kommunikation sind, inwiefern die unterschiedlichen Kommunikationsstrukturen, Verhaltensweisen und Organisationsformen der verschiedenen Kulturen den Kommunikationsprozeß beeinflussen und welche Schwierigkeiten und Probleme sie verursachen können und wie man diese „Störungen“ in der interkulturellen Kommunikation lösen kann.

In der interkulturellen Kommunikation begegnet man anderen Kodes, Konventionen, Einstellungen und Verhaltensformen. Es gehört zum common-sense, daß Kommunikationsprozesse zwischen Angehörigen zweier oder mehrerer unterschiedlicher Kulturen meist weitaus störanfälliger sind als die Kommunikation unter Angehörigen einer einzigen Kultur. Auch wenn die Angehörigen zweier Kulturen sich fließend in einer bestimmten Sprache unterhalten können, kommt es immer wieder überdurchschnittlich häufig zu Irritationen und Mißverständnissen. Aber nicht jede interkulturelle Begegnung verspricht kommunikative Störungen, sondern sie werden von den Kommunikationspartnern in der Interaktion jeweils erst hergestellt. Es soll aber nicht ausgeschlossen werden, daß Individuen auch fähig sind, in interkulturellen Situationen sich fremden Kommunikationskonventionen und -normen anzupassen und neue kommunikative Ausdrucksformen zu erlernen und anzuwenden.

2.2.3 Häufige Probleme in der interkulturellen Kommunikation

Ethnozentrismus

Ethnozentrismus wird beschrieben als die unbewußte Tendenz, Fremde aus der Sicht der eigenen Gruppe zu betrachten und die eigenen Sitten und Normen zum Standard aller Beurteilungen zu machen (Maletzke 1996:23). Den meisten Menschen ist in der Regel nicht bewußt, daß Sichtweisen und Wertorientierungen durch die eigene Kultur geprägt sind und daß Angehörige fremder Kulturen oft eine vollkommen andere Sicht- und Arbeitsweise haben können. Aus der ethnozentrischen Sichtweise wird alles, was von den für

selbstverständlich gehaltenen eigenen Normen, Wertvorstellungen und Gewohnheiten abweicht, als fragwürdig oder sogar als „abartig“ beurteilt.

Lakunen

Der Begriff „Lakune“ wurde zuerst von sowjetischen Wissenschaftlern auf dem Gebiet der Ethnopsycholinguistik verwendet. Er bezeichnet „Elemente der nationalkulturellen Spezifik eines Textes, die dem fremdkulturellen Rezipienten das Textverstehen erschweren“ (vgl. Ertelt-Vieth 1990:112). In kulturkontrastiven Untersuchungen ist „Lakune“ ein Terminus zur Bezeichnung dessen, was in einer Kultur vorkommt, in einer anderen aber nicht (vgl. Schröder 1998). Das lateinische Wort *lacuna*, von dem der Begriff abgeleitet ist, bedeutet ursprünglich Loch, Vertiefung oder Lücke, metaphorisch auch Verlust (Menge 1961:421).¹⁶

Beim Dolmetschen oder bei Übersetzungen kann man für einen Begriff, einen Ausdruck oder eine Äußerung häufig kein Äquivalent in der Zielsprache finden, weil entweder eine sprachlich (lexikalisch, grammatisch, stilistisch etc.) oder kulturell (zum Beispiel ethnographisch, verhaltensspezifisch, psychologisch) bedingte Lakune vorliegt.

Lakunen gibt es sowohl in der interkulturellen als auch in der intrakulturellen Kommunikation, beispielsweise zwischen Personen aus verschiedenen sozialen Schichten. Oft werden Lakunen nicht als solche erkannt, sondern die Äußerungen des Gesprächspartners werden als ungewöhnlich, fremd und unverständlich empfunden. Ein Beispiel für eine Lakune ist das Schulterzucken. Dieses Element der nonverbalen Kommunikation ist in der chinesischen Kultur unbekannt, und es besteht die Gefahr, daß diese Geste falsch interpretiert wird.

Lakunen können nach unterschiedlichen Kriterien klassifiziert werden. Es gibt zum Beispiel:

- lexikalische Lakunen;
- intra- und interkulturelle stilistische Lakunen;¹⁷

¹⁶ Menge, Hermann (1961): Enzyklopädisches Wörterbuch der lateinischen und deutschen Sprache. Berlin-Schönberg: Langenscheidt. 13. Aufl.

¹⁷ In China fordert zum Beispiel die Höflichkeit, daß sich der Sprecher selbst herabsetzt, indem er beispielsweise von seiner Wohnung, die durchaus eine prächtige Villa sein kann, als einer „bescheidenen Hütte“ spricht.

- kulturemotive Lakunen, zu denen unterschiedliche Konventionen für den Ausdruck von Emotionalität, für Ironie, für Begrüßungsformen u.a. gehören;¹⁸
- mentale Lakunen, worauf unterschiedliche Strategien zur Lösung bestimmter geistigen Aufgabe hinweisen;
- ethnographische Lakunen, z.B. kulturspezifische Kleidung, Gerichte, Wohnungseinrichtungen;
- verhaltensspezifische Lakunen wie Höflichkeitsrituale, Routinen und Gewohnheiten;
- Lakunen im Bereich der sozialen und kulturellen Symbolik;
- Lakunen des nationalen Auto- und Heterostereotyps.

Alle diese Lakunen können zu Mißverständnissen führen. Die „Lücken“ sind jedoch zu entdecken, wenn man von ihrer Existenz in der eigenen und der anderen Kultur weiß, und sie lassen sich bei ausreichender Information leicht füllen.

In gewisser Weise ist die Umkehrung des Lakunenphänomens die Erfahrung, daß jeder beliebige Gegenstand und jedes beliebige Verhalten für einen Kommunikationspartner aus einer fremden Kultur ein Zeichen werden kann, unabhängig davon, ob es kulturimmanent diese Zeichenfunktion hat oder nicht. Auch das Fehlen bestimmter Gegenstände und Handlungen (z.B. keine direkte Zusage, keine Rezipientensignale etc.) wird vom fremdkulturellen Gegenüber nach dessen eigenkulturellen Normen interpretiert und die Wahrnehmung der Situation beeinflussen. In interkultureller Kommunikation sollte man deshalb immer auch die fremdkulturelle Perspektive berücksichtigen.

Vorurteil

Angehörige aus unterschiedlichen Kulturen haben oft Vorurteile gegeneinander. Ein Vorurteil ist immer ein generalisierendes Urteil, das zwar falsch ist, aber mit einem Wahrheitsanspruch vertreten wird. Es hat häufig den Charakter eines Klischees, das immer leicht zur Hand ist und meistens in apodiktischer Weise formuliert und vorgetragen wird. Es enthält neben beschreibenden oder erklärenden Aussagen direkt oder indirekt auch richtende Bewertungen von Menschen, Gruppen und Sachverhalten (vgl. Barres 1974:19). In der

¹⁸ Das Küssen der Hand ist z.B. in China nur aus Filmen als Begrüßungsformen bekannt. Bis zu den fünfziger Jahren war in China die Art der Begrüßung abhängig von der sozialen Stellung der Beteiligten und von ihrem Verhältnis zueinander. Das Repertoire umfaßte Verbeugungen, einen Kniefall oder den Kotau. Heute gibt man zur Begrüßung in der Regel die Hand.

Vorurteilsforschung ist meist von „negativen Einstellungen“ die Rede, aber es gibt auch positive Vorurteile, im Sinne von „aufwertenden Vorurteilen“, wie die Aussage „Deutsche sind ehrlich und ordentlich“ darstellt.

Leider werden Vorurteile von den Vorurteilsträgern sehr selten als solche erkannt. Man neigt eher dazu, Vorurteile als gewöhnliche Meinungen zu identifizieren. Wenn dem Kommunikationspartner negative Eigenschaften als Vorurteile oder Stereotype zugeschrieben werden, betrachtet man seinen Partner bzw. die Situation mit einer gefärbten Brille. Man ist nicht mehr in der Lage, den Partner oder den Sachverhalt objektiv zu beurteilen. Durch gegenseitige Vorurteile kann eine interkulturelle Kommunikation gefährdet werden, und die Beziehungen zwischen den Kommunikationspartnern werden dadurch belastet. Das Vorurteil, daß „die Chinesen geheimnistuerisch sind“, kann zum Beispiel dadurch entstehen, daß die chinesischen Mitarbeiter beginnen, untereinander in Gegenwart des Deutschen Chinesisch zu sprechen. Dazu eine kleine Anekdote:

Eine deutsche Sinologin wurde von einem deutsch-chinesischen Joint-Venture angestellt. Eine ihrer Aufgaben war es, über die Stimmung bei den chinesischen Partnern zu berichten. Der deutsche Manager wollte wissen, was die chinesischen Partner über die deutsche Seite dachten und was sie gegen sie hatten. Am Ende kam jedoch heraus, daß die Chinesen gar nichts Schlechtes über ihren deutschen Partner erzählten. Die chinesisch-sprechende Sinologin war in der Lage, zum gegenseitigen Verständnis beizutragen, um damit schon vor dem Entstehen einer Konfliktsituation zu vermitteln. Seitdem hat sich die Beziehung zwischen den Joint-Venture-Partnern wesentlich verbessert.¹⁹

Dieses Beispiel zeigt, durch direkte Kontakte und Kommunikation sind Vorurteile aus der Welt zu schaffen. Nach unserer Befragung gibt es bisher aber noch zu wenige Deutsche, die die chinesische Sprache so beherrschen, daß sie sich mit Chinesen über ihre Meinungen direkt austauschen können.

Stereotypisierung

In der interkulturellen Kommunikation begegnet man oft fremde Eigenschaften und andersartige Verhaltensweisen. Wenn man diese unreflektiert und indifferenziert auf alle Individuen der gleichen Gruppe überträgt, dann handelt es sich um eine Stereotypisierung.

¹⁹ Persönliches Gespräch mit einer Sinologin.

Stereotypisierungen verhindern die Menschen die unvoreingenommene Wahrnehmung der Realität. Das Stereotyp ist ein Phänomen, das meist dann zum Ausdruck kommt, wenn eine größere Zahl von Personen ihren Vorstellungsinhalt über bestimmte Einstellungsobjekte äußert (Barres 1974: 31). Stereotype werden häufig mit Kategorien wie Nationalität, Rasse oder ethnischer Gruppe in Verbindung gesetzt. Wenn man Stereotype unbewußt, undifferenziert oder als absolute Kriterien einsetzt, um Menschen aus einer anderen Gruppe zu betrachten oder zu bewerten, dann kann man die Menschen nicht mehr objektiv beurteilen.

Wegen ihrer negativen Konnotation mit Vorurteilen und Konsequenzen behauptet man häufig, daß Stereotype überhaupt keine Grundlage in der Realität haben. In der Tat basieren Stereotype oft auf Beobachtungen. Eine kontrastive Untersuchung über Konversationsstile von jüdischen New Yorker und non-jüdischen Los Angeles Sprechern zeigt z.B., jüdische Sprecher unterbrechen oder überlappen oft andere Sprecher, sprechen mehr und benutzen oft „machine-gun questions“ (vgl. Tannen 1979). All diese Ergebnisse entsprechen den Stereotypen über das Sprechverhalten der jüdischen New Yorker. Man sollte aber aus dem Konversationsstil der jüdischen New Yorker nicht die Schlußfolgerung ziehen, daß sie aggressive oder unhöfliche Personen seien. Denn aus der Sicht der jüdischen New Yorker beabsichtigen sie mit ihren Konversationsstrategien, „Rapport“ zu entwickeln (ebd.).

Viele Stereotype sind jedoch nicht auf Beobachtungen gestützt, sondern Ausdrücke ethnozentrischer Wertdarstellung oder Vorurteile. Sie stimmen keinesfalls mit der Realität überein. Stereotype werden von manchen Soziologen deshalb als „die Sprache des Vorurteils“ bezeichnet (Ehrlich 1979: 32). Vorurteile und Stereotype sind nicht immer zu unterscheiden. In der Sprachwissenschaft und Literaturwissenschaft wird im Zusammenhang der Diskussion um vorurteilhafte Äußerungen häufig der Begriff ‚Stereotyp‘ verwendet.

Nicht wertende sondern deskriptive Stereotype, die die Eigenschaften bzw. Normen einer Gruppe genau beschreiben, ermöglichen Individuen jedoch auch, mit unbekanntem Situationen bzw. Verhaltensweisen umzugehen und einen sogenannten Kulturschock zu vermindern. Allerdings muß man bewußt sein, daß Stereotype nicht für alle Individuen gelten und in der interkulturellen Kommunikation man auch bereit sein muß, Stereotype

nach den eigenen Beobachtungen und Erfahrungen zu modifizieren oder sogar darauf zu verzichten.

Mißverständnisse

Eines der Schlüsselprobleme in der interkulturellen Kommunikation ist das Mißverständnis oder die fehlgeschlagene Kommunikation. Bei interkulturellen Mißverständnissen handelt es sich oft um den Zusammenstoß zweier Regeln oder um die Verletzung einer Regel durch eine andere. Gerade in Konfliktsituationen können kulturgebundene Interpretationsmuster zu unterschiedlichen Annahmen, Analysen und Schlußfolgerungen führen. Durch Unkenntnis der Unterschiede zwischen den Kulturen läuft man Gefahr, unbewußt eigene Verhaltensregeln auf den anderen zu übertragen und die Umwelt nach den Wert- und Erwartungskriterien der eigenen Kultur zu beurteilen. Solange man jedoch die Verhaltensweise des Fremden durch die Brille der eigenen Kultur betrachtet, bleibt die Quelle der Mißverständnisse unerkannt. Deswegen ist es sehr wichtig, sich über die jeweiligen Wissenshintergründe auszutauschen, um eine solche Grundlage für die kommunikative Interaktion zu gewinnen. Erst dann ist eine tatsächliche gegenseitige Verständigung möglich.

Verbale Kommunikation

In der interkulturellen Kommunikation passiert es oft, daß die Kommunikationspartner aneinander vorbeireden oder das vom Partner Gesagte nicht richtig interpretieren. Denn die Informationen, die die eine Seite sendet, sind nicht die gleichen, die die andere Seite empfängt. Informationen werden je nach den eigenen Gewohnheiten, der eigenen Denkweise, dem eigenen Standpunkt und den vorhandenen Kenntnissen unterschiedlich aufgenommen und interpretiert, und deshalb auch häufig nicht oder falsch verstanden.

So hört man oft, daß Chinesen bei ihrem ersten Besuch in einer deutschen Familie immer Hunger litten, weil sie jedes Angebot für Speisen oder Getränke nach der chinesischen Gepflogenheit mit einem „Nein“ oder einer Aussage wie „Ich habe keinen Hunger / Durst“ höflich ablehnten, und der deutsche Gastgeber das Wort des chinesischen Gastes nicht als eine Höflichkeitsfloskel sondern als eine ehrlich gemeinte Ablehnung interpretierte und akzeptierte, und sein Angebot nicht mehr wiederholte. Umgekehrt beklagten sich manche Deutsche, die bei chinesischen Familien zu Gast waren, darüber, daß sie gezwungen

wurden, Dinge zu essen, die sie nicht mögen, weil ihre chinesischen Gastgeber das Wort „Nein“ immer als Höflichkeitsfloskel verstanden und deshalb darauf bestanden, daß der Gast die angebotenen Speisen genießen sollte.

Viele sprachliche und parasprachliche Elemente, seien es Hörsignale, Sprechpausenfüllungen, Sprecherwechsellmuster oder unterschiedliche Direktheitsgrade, können zu Mißverständnissen führen. Nach eigenen Beobachtungen wird das deutsche Hörsignal „mhm“ von Chinesen oft als Signal einer ungedulden, zweifelnden, arroganten oder desinteressierten Haltung des Hörers mißverstanden. Demgegenüber werden chinesische Floskeln wie „Sprechen wir später darüber“ oder „Wir werden das noch einmal beraten“ von Deutschen meist nicht als indirekte Ablehnung sondern wörtlich rezipiert.

Non-verbale Kommunikation

Im non-verbale Kommunikationsbereich gibt es ebenfalls viele kulturspezifische Unterschiede, die Quelle interkultureller Mißverständnisse sein können, aber nicht als solche identifiziert werden. Ein Beispiel dafür ist das Lächeln der Chinesen. Da Chinesen auch in Situationen lächeln, in denen ein Deutscher nicht lächeln würde, wird ihr Lächeln oft als ein Zeichen von „Unehrllichkeit“ oder „Schadenfreude“ interpretiert. In einem unserer Interviews berichtete ein Deutscher verärgert, daß, wenn er seine chinesischen Mitarbeiter auf Probleme ansprach, sie auch lächelten. In der Tat zeigt das Lächeln in Deutschland vor allem positive Emotionen wie Sympathie oder Freude an. In den asiatischen Kulturen lächelt man dagegen oft, um negative Emotionen wie Ärger, Verwirrung, Peinlichkeit oder Ratlosigkeit zu überspielen (Knapp 1996:66).

Mit dem Kopfnicken und Schweigen der Chinesen haben Deutsche häufig auch Schwierigkeiten. So beklagte ein Deutscher, daß der Vertreter der chinesischen Seite zwar während der ganzen Verhandlung mit dem Kopf genickt habe, aber anschließend beteuerte, daß er mit dem Deutschen nie einer Meinung gewesen sei (Zhang 1997:54). Das Kopfnicken der Chinesen bedeutet meistens nur: „Ich höre zu und habe Sie verstanden“. Es ist kein Zeichen des Einverständnisses.

Ein weiteres Beispiel für Mißverständnisse ist die Zeichensprache. In Deutschland liest man

den gestreckten Zeigefinger und Daumen als „zwei“, im Chinesisch bedeutet das aber „acht“. Deshalb sollte man sich immer vor Augen halten, daß Gestik und Mimik zwar ein Hilfsmittel für die Kommunikation sein können, aber nicht universal gültig oder übertragbar sind.

Kommunikation über einen Dolmetscher

In vielen interkulturellen Kommunikationssituationen wird ein Dolmetscher eingesetzt. Der Dolmetscher kann ein entscheidender Faktor für Erfolg oder Mißerfolg einer Kommunikation sein. Dazu ein Beispiel: Der Vorsitzende eines internationalen Konzerns besuchte ein berühmtes chinesisches Produktionsunternehmen. Als der chinesische Geschäftsführer stolz ausführte, seine Firma gehöre „zu der zweiten Garde unter den Unternehmen Chinas“, gab der Dolmetscher „zweite Garde“ als „zweitklassiges Unternehmen“ wieder. Der Ausländer war daraufhin sehr kurz angebunden und verabschiedete sich bald. Auf dem Weg nach Hause beschwerte er sich darüber, daß er mit „einer zweitklassigen Firma“ zusammenarbeiten müsse (Zhang 1997:167). „Zweite Garde“ bedeutet aber nicht zweitklassig, sondern es steht für die „Newcomer“ im Gegensatz zur alten Garde.

In der Praxis werden oft Dolmetscher in interkultureller Kommunikation eingesetzt, in der die Dolmetscher weder mit dem Kommunikationspartnern noch mit dem Inhalt der Kommunikation vertraut sind. Es geschieht nicht selten, daß der Dolmetscher nicht ganz genau weiß, was ein bestimmter Fachbegriff oder ein Sachverhalt bedeutet, und dann lieber „irgendetwas“ übersetzt, um sich keine Blöße zu geben.

Der Dolmetscher ist gleichzeitig ein Kulturvermittler. Er muß nicht nur in der Lage sein, das Gesagte zu übersetzen, sondern auch, es zu interpretieren. Oft ist das, was nicht gesagt wird, viel wichtiger als das, was gesagt wird. Um eine solche Interpretation leisten zu können, muß er mit beiden Kulturen vertraut sein. Bisher werden in der deutsch-chinesischen Wirtschaftskommunikation häufig englischsprechende deutsche oder chinesische Dolmetscher eingesetzt. Sie haben in der Regel Anglistik oder Amerikanistik studiert, sind aber mit der chinesischen bzw. der deutschen Kultur nicht vertraut.

2.2.4 Linguistische Untersuchungsansätze zur interkulturellen Kommunikation

Kontrastive Pragmatik

In der kontrastiven Pragmatik führt man vereinzelte Untersuchungen zur Realisierung bestimmter Sprechakte in verschiedenen Sprechgemeinschaften durch. Das Ziel der kontrastiven Pragmatik ist, durch Beschreibung und Vergleich der Realisierung von ähnlichen Sprechakten in verschiedenen Sprachen Unterschiede herauszufinden. Man geht davon aus, Differenzen der Realisierung von Sprechakten sind Fehlerquellen der interkulturellen Kommunikation. Nur wenn man die Unterschiede erkennt, kann man sich davor schützen, eigene Sprechgewohnheiten zu selbstverständlichen und alles, was anders als die eigenen als „nicht-normal“ zu beurteilen, oder die andersartige Sprechweise nach eigenen kommunikativen Konventionen zu interpretieren. Die kontrastive Pragmatik dient zur Sensibilisierung der kulturbedingten kommunikativen Unterschiede. Dadurch kann der Nicht-Muttersprachler erkennen, daß er sein Wissen von Kommunikationsablauf und -gepflogenheiten in der Muttersprache nicht ohne weitere Reflexion auf interkulturelle Gesprächssituationen übertragen sollte. Kenntnis über das Vorliegen der Unterschiede des Kommunikationsverhaltens erhöht die Bereitschaft, ein Verhalten zu tolerieren, das in einer interkulturellen Situation als regelwidrig eingestuft würde.

Bislang beschränken sich die kontrastiven pragmatischen Untersuchungen jedoch vorwiegend auf routinisierte oder ritualisierte Sprechakte wie Anredeverhalten, Höflichkeitsfloskeln (z.B. Danksagung, Entschuldigung u.a.). Das Untersuchungsmaterial wird oft durch Fragebögen oder sogenannten „discourse computation-test“ (DCT) beschaffen. Da kontrastive Untersuchungen nur pragmatische Konventionen im jeweils eigenkulturellen Kontext kontrastiert werden, ist nach Ansicht einiger Forscher die kontrastive Pragmatik als Untersuchungsansatz der interkulturellen Kommunikation problematisch, weil sie nicht die veränderten Bedingungen der Interaktionssituation selbst in Rechnung stellt (vgl. Hinnenkamp 1992:135).

Interpretative Soziolinguistik

In der interpretativen wie interaktionalen Soziolinguistik wird die Sprache in die gesellschaftliche Wirklichkeit eingebettet. Die interpretative Soziolinguistik erforscht den

Sprachgebrauch und die kulturspezifischen Organisation verbaler und non-verbaler Aktivitäten. Sie analysiert, wie die Aktivitäten interaktiv ausgehandelt werden und aufgrund welcher Strategien die Interagierenden zu welcher Interpretationen gelangen. Die Beziehungen zwischen interaktiven Strategien und größeren sozialen und kulturellen Phänomenen werden thematisiert. Die zentrale Fragestellung der interpretativen Soziolinguistik ist, wie, d.h. mit welchen verbalen und non-verbalen Mitteln Bedeutung in Interaktionssituationen aufgrund soziokulturellen Wissens hergestellt wird. Soziale Kategorien wie Ethnizität, Klasse oder Geschlecht werden hier nicht als konstante Größe verwendet, sondern als interaktiv erzeugte Parameter, deren Bedeutungen erst in den sich dynamisch entwickelnden Interaktionssituationen ausgehandelt werden (vgl. Günthner 1993: 38ff.).

Die interpretative Linguistik berücksichtigt sowohl sprachliche als auch inhaltliche Aspekte des zu untersuchenden Sprechereignisses. Der situative Gebrauch bestimmter verbaler und non-verbaler Zeichen (grammatische und lexikalische Mittel, phonologische und intonatorische Elemente, diskursorganisatorische Strategien) werden mit außersprachlichem Weltwissen gekoppelt.

Das Datenmaterial der interpretativen soziolinguistischen Untersuchungen wird in der Regel durch Informantenbefragungen und Tonband- bzw. Videoaufnahmen gewonnen. Methodisch ist sie vor allem mit der Ethnomethodologie und der Ethnographie der Kommunikation verknüpft, die im folgenden noch thematisiert werden.

Kontextualisierung

Innerhalb der interpretativen Soziolinguistik entwickelten zwei amerikanische Linguisten, John Gumperz und Jonny Cook-Gumperz, das Konzept der Kontextualisierung (contextualization). Unter Kontextualisierung versteht man jene Verfahren, mittels derer die Teilnehmer an einer Interaktion für Äußerungen Kontext konstituieren (Auer 1986:24). Der Kontext wird hier nicht wie in der traditionellen linguistischen Forschung als ein Aggregat materiell gegebener Entitäten gesehen, die unabhängig und vor der in ihm stattfindenden Interaktion vorhanden sind, sondern er wird als interaktiv produziert angesehen. In der traditionellen Kulturauffassung beeinflusst Kontext sprachliches Verhalten der Teilnehmer,

aber nicht umgekehrt. Cook-Gumperz & Gumperz gehen aber davon aus, daß der Interaktionsteilnehmer nicht nur auf den Kontext reagiert, sondern auch Kontext aufbaut. Der Interaktionsteilnehmer führt (sprachliche) Handlungen aus und macht sie zugleich interpretierbar, indem ein Kontext konstruiert wird, in den sie sich einbetten (vgl. Auer 1986:23).

Dem Verfahren, Kontext herzustellen, stehen vor allem die folgenden beiden Elemente zur Verfügung: Das eine sind bestimmte kulturell geprägte und empirisch faßbare Zeichen, die sogenannten Kontextualisierungshinweise, mit denen der Interaktionspartner zugleich signalisiert, wie eine bestimmte Aktivität zu interpretieren ist. Das zweite Element ist eine Komponente des Hintergrundwissens über Situation, Normen, Handlungen, Zustände, Personen, Objekte u.a., welches in Form von Schemata organisiert wird. Kontextualisierungshinweise in einem Gespräch sind zum Beispiel Tonhöhenverlauf, Lautstärke, zeitliche Plazierung (Pausen, Simultansprechen), Sprechtempo, Rhythmus, Code-Switching-Technik (Varietäten-/Sprachwahl, lexikalische Variation sowie sprachliche Formulierungen) und paralinguistische Mittel. Schemata werden in thematische und Rollen- und Handlungsschemata unterteilt. Aus der gumperzschen Perspektive sind Schemata revidierbar und dynamisch. Auch wenn ein bestimmtes Schema kontextualisiert ist, kann es in der Interaktion wieder aufgegeben oder kreativ variiert werden. Durch das Einsetzen bestimmter Kontextualisierungshinweise werden zugleich Schemata aus dem Hintergrundwissen verfügbar gemacht (vgl. Auer 1986:24f.).

John Gumperz führt die Ursachen interkultureller Fehlkommunikation zuallererst zurück auf unterschiedliche kulturgebundene auf Kontextualisierungshinweisen basierende Schlußfolgerungen, Annahmen und Interpretationen der Kommunikationsparteien zur aktuell laufenden Kommunikation (vgl. Hinnenkamp 1992:128).

Ethnomethodologische Konversationsanalyse

Der Begriff Ethnomethodologie taucht zum erstenmal Anfang der 60er Jahre auf. Sie ist auf den amerikanischen Soziologen Harold Garfinkel zurückzuführen. Das Morphem „Ethno“ bedeutet, daß es hier um etwas Alltägliches geht. Und das Basismorphem „Methodologie“ bezieht sich auf eine Vielzahl von Methoden. Gesellschaftliche Wirklichkeit wird von

Garfinkel als eine Vollzugswirklichkeit verstanden, d.h. als eine Wirklichkeit, die „lokal“ (also: vor Ort, im situativen Ablauf des Handelns) und „audiovisuell“ (also: durch Hören und Sprechen, durch Wahrnehmen und Agieren) in Interaktion der Beteiligten erzeugt wird. Garfinkels Interesse gilt den Methoden und Verfahren, derer sich die Mitglieder einer Gesellschaft ganz selbstverständlich bei der Abwicklung ihrer alltäglichen Angelegenheit zur sinnhaften Strukturierung der Welt bedienen (vgl. Bergmann 1988:22f.).

Das Ziel der ethnomethodologischen Untersuchungen ist es, das „wie“, d.h. die Methoden, die Verfahren, die Mechanismen dieser Produktion von sozialer Wirklichkeit im Detail zu erfassen (Bergmann 1988:23). Dabei geht es um die formalen Prinzipien und Mechanismen zu bestimmen, die die Interagierenden anwenden, um eine sinnhafte Strukturierung ihrer interaktiven Handlungen zu erzielen. Der Prozeß der Sinngebung wird hierbei nicht etwa als individueller, ‚privater‘ Bewußtseinsvorgang betrachtet, sondern als soziales interaktives Geschehen.

Das ethnomethodologische Programm wurde von Garfinkels Studenten Harvey Sachs und Emanuel Schegloff u.a. als Ausgangspunkt zur Analyse von in alltäglich-praktischen Interaktionszusammenhängen stattgefundenen Gesprächen genommen, wobei jedes Gespräch als ein mit der Zeit geschaffenes Produkt, als eine fortwährende interaktionale Leistung verstanden wird. Die ethnomethodologische Konversationsanalyse konzentriert sich ausschließlich auf den Interaktionsbereich, also auf die konkrete Handlungsperformanz, ohne dabei auf den makrogesellschaftlichen Zusammenhang einzugehen.

Es gibt weder für die Ethnomethodologie noch für die ethnomethodologische Konversationsanalyse eine ausformulierte Methodologie. Denn für sie sind die Entdeckungsschritte und die analytischen Verfahren ein untrennbarer Bestandteil des Phänomens, auf dessen Identifizierung und Erkennung sie gerichtet sind. Die Ethnomethodologen und Konversationsanalytiker fürchten, daß strikt vorgegebene Methoden dazu führen können, das reiche und vielschichtige Untersuchungsmaterial einzuschränken, in vorgegebene Formen zu gießen und dadurch seiner Eigenheiten zu berauben. Aus diesem Grund wird eine Kanonisierung allgemeiner methodischen Regeln verweigert (vgl. Bergmann 1988:5f.).

In den bisherigen konversationsanalytischen Arbeiten gelten methodisch folgende Prinzipien: Man macht Aufzeichnungen von real abgelaufenen natürlichen Interaktionen zum Gegenstand der Analyse. Von den Tonband- oder Videoaufzeichnungen fertigt man Transkriptionen. In der Transkription gilt es, alle Details, also Pausen, Intonationen, Unterbrechungen, Versprechen, Dialektfärbungen etc. zu bewahren. Man beginnt mit einem kleinen Datensegment zu arbeiten und versucht ein Objekt (eine sprachliche oder nichtsprachliche Äußerung bzw. Äußerungsabfolge) zu isolieren und als Bestandteil einer von den Interagierenden methodisch erzeugten Geordnetheit zu identifizieren. Diese Geordnetheit wird als Resultat der methodischen Lösung eines strukturellen Problems der sozialen Organisation von Interaktion verstanden. Daraufhin stellt man Hypothesen darüber auf, welcher Art dieses strukturelle Problem ist. Von diesem Problem ausgehend können dann die praktischen Methoden rekonstruiert werden, die den Handelnden als Lösung für dieses Problem dienen und deren Verwendung die beobachtbare Geordnetheit eines Interaktionsgeschehens hervorbringt. Man kann von einem einzelnen Datenstück ausgehen, oder aber später eine Kollektion von Fällen, in denen sich das identifizierte Objekt – in welcher Variation auch immer – manifestiert, aus dem verfügbaren Datenkorpus zusammenstellen und anhand derer die Interpretationshypothese überprüfen. (vgl. Bergmann1994:10ff.).

2.2.5 Kritik an den rein-linguistisch orientierten Untersuchungsansätzen

Die kontrastive Pragmatik untersucht meist keine tatsächliche interkulturelle Kontaktsituationen, sondern nur unterschiedliche Realisierungen von ähnlichen Sprechakten in zwei verschiedenen Sprachen. Dieser Ansatz unterstellt die Existenz von Sprechakten mit gleicher oder ähnlicher kommunikativer Funktion in zwei verschiedenen Kulturen. Die Funktionen von Sprechakten sind jedoch grundsätzlich kulturgebunden, deshalb bleibt die Frage, ob und wie Sprechakte zwischen Kulturen überhaupt verglichen und „übersetzt“ werden können (Coulmas 1981:70). Der kontrativ-pragmatische Ansatz basiert auf der Interferenzhypothese: „Differenz=Fehlquelle“ (Tiittula 1997:156). Reale Kommunikationsprobleme werden daher oft auf simple Übertragungen „runtergekocht“ (Hinnenkamp 1992:135).

Sowohl die Kontextualisierung, als auch die ethnomethodologische Konversationsanalyse

und die kontrastive Pragmatik klammern die makrogesellschaftlichen Zusammenhänge der Interaktion aus und konzentrieren sich ausschließlich auf die tatsächlichen Handlungsperformanzen. Die Interpretationen werden rein textimmanent begründet (vgl. Günthner 1993:33f). Für interkulturelle Kommunikation werden dadurch Mißlingensbedingungen, die außerhalb der konkreten Sprachverwendung zu verorten sind (z.B. die kulturelle Zugehörigkeit), nicht berücksichtigt (Hinnenkamp 1992:135). Die Forderung der orthodoxen Konversationsanalyse, daß sämtliche Analysekategorien aus dem Interaktionsprozeß selbst zu entnehmen sind, ignoriert die Tatsache, daß das Vorwissen der Analytiker immer in den Analyseprozeß einfließt und die Beobachtung und Hypothesenbildung beeinflusst. Das Ignorieren der ethnographischen Daten der Gesprächsteilnehmer löst die Sprechereignisse von ihrem sozialen und kulturellen Kontext los und birgt gleichzeitig die Gefahr, Untersuchungsergebnisse all zu schnell als universale Regeln oder Phänomene zu deklarieren.

2.3 Ethnographie der Kommunikation

Die Ethnographie der Kommunikation wird vom amerikanischen Anthropologen Dell Hymes in den sechziger Jahren in der Auseinandersetzung mit der linguistischen Anthropologie entwickelt. Die Ethnographie der Kommunikation „befaßt sich mit den Situationen und Gebrauchsweisen, den Mustern und Funktionen des Sprechens als einer gesellschaftlichen Aktivität aus eigenem Recht“ (Hymes 1979:33). Sie ist kulturanthropologisch orientiert, und versucht vorrangig kulturvergleichend die Werte und Normen von Gruppen in einer Sprachgemeinschaft herauszufinden, dazu gehören die konventionellen Umgangs- und Verkehrsformen, Sozialisationsmuster etc. Dabei stehen soziale Werte und Normen reflektierende Aspekte im Vordergrund.

Methodisch stützt sich die Ethnographie der Kommunikation auf teilnehmende Beobachtung, Tagebuchaufzeichnung, Informantenbefragung und Interviews. Die moderne Technik von Tonband- und Videoaufnahme ergänzt die traditionellen Methoden der Ethnographie der Kommunikation. Mittels ethnographischer Methoden analysiert die Ethnographie der Kommunikation kommunikative Gewohnheiten und Sprechverhalten einer Sprechgemeinschaft (speech community) in bestimmten Sprechsituationen (speech situation). Nach Hymes verfügt jede Sprachgemeinschaft über eine Sprechökonomie

(speech economy) mit kulturspezifischen Sprechereignissen (speech events), die aus kleineren Einheiten von Sprechakten (speech act) entstehen.

Die Ethnographie der Kommunikation untersucht die Sprechfähigkeit in natürlichen Kommunikationssituationen. Hierbei steht nicht die „langue“, sondern die „parole“, d. h. der Sprachgebrauch im Mittelpunkt. Dadurch, daß eine sprachliche Form in ihrem Äußerungskontext (setting) analysiert wird, kann man die Regeln eines angemessenen, d.h. nicht lediglich eines grammatisch korrekten Sprecherverhaltens für eine Person oder eine Gruppe in bestimmten Sprechsituationen aufzufinden machen (Hymes 1979:53). Mit den Regeln der Angemessenheit wird hier die kommunikative Kompetenz des Sprechers angesprochen.

Die Ethnographie der Kommunikation versteht sich als eine deskriptive Analyse der Sprechmuster „im Hinblick auf die natürlich vorkommenden Auftretensfälle der konstruktiven Faktoren des Sprechereignisses“ (Hymes 1979:54). Verschiedene soziokulturelle Gruppen unterscheiden sich nicht nur in Sprache und sprachlichen Varietäten, sondern auch in ihren Gebrauchsmustern, die sich auf die situativen Kontexte beziehen. Die Ethnographie der Kommunikation will anhand empirischer und emischer Analysen von Sprechereignissen zur Erklärung des Verhältnisses von Sprache und Kultur beitragen. Die Untersuchung geschieht sowohl auf der Mikroebene (d.h. der lokalen Produktion von ‚Bedeutung‘ in der konkreten Gesprächssituation) als auch auf der Makroebene (d.h. gesellschaftliche und kulturelle Faktoren, die die Interaktionsteilnehmer als Wissensvorräte in die Kommunikationssituation mitbringen und die sie interaktiv reproduzieren). (vgl. Günthner 1993:29)

Die Forschungsobjekte der klassischen Kommunikationsethnographie sind sogenannte Ortsgesellschaften: kleinere, in sich geschlossene soziale Gebilde (Hinnenkamp 1992:156). Sie bemüht sich um die Entwicklung von Instrumenten zur Analyse alltäglicher Lebensbewältigung innerhalb des Bezugsrahmens der Sprechgemeinschaft. Bisher wurden vor allem hochritualisierte Formen und institutionalisierte Ereignisse untersucht, zum Beispiel „wie man etwas bestellt“, „wie man um etwas fragt“, „wie man wen grüßt“, und deren jeweilige Bedeutungen für die in Frage stehenden Ortsgesellschaften (ebd.). Aber prinzipiell ist sie offen für die Untersuchung der Kommunikation in städtischem und

subkulturellem Milieu. Im Rahmen des Projekts „Kommunikation in der Stadt“ analysiert zum Beispiel Schwitalla das Sprachverhalten von zwei Frauengruppen in Mannheim (Schwitalla 1995).²⁰

Bezeichnend für die Ethnographie der Kommunikation ist ihr interdisziplinärer Charakter. Mit ihrer linguistisch-anthropologischen Ausrichtung liefert die Ethnographie der Kommunikation wesentliche Ansätze zur Erforschung interkultureller Kommunikation:

- a. Sprechen und Kommunikationsverhalten werden als regelgeleitet betrachtet, wobei die Regeln wiederum kulturellen Konventionen unterliegen.
- b. Die kulturelle Einbindung von Sprechkonventionen ist Gegenstand der Analyse.
- c. Die Notwendigkeit, die Interpretation der Teilnehmer als Ausgangspunkt der Analyse zu nehmen, wird stets betont.
- d. Kommunikation wird als kooperative Leistung zwischen Sprecher und Rezipient betrachtet.
- e. Die kommunikative Kompetenz und damit die Fertigkeit, situationsadäquat zu kommunizieren, rückt in den Blickpunkt der Analyse (vgl. Günthner 1993:30).

Die folgende Tabelle soll einen Überblick über die in diesem Kapitel aufgeführten Konzepten geben:

²⁰ Siehe auch Kallmeyer, Werner (Hg.) (1995): Ethnographien von Mannheimer Stadtteilen. Berlin u.a. (Schriften des Instituts für deutsche Sprache, Bd. 4.2) und Kallmeyer, Werner (Hg.) (1994): Exemplarische Analysen des Sprachverhaltens in Mannheim. Berlin u.a. (Schriften des Instituts für deutsche Sprache, Bd. 4.1)

	Kontrastive Pragmatik	Interpretative Soziolinguistik und Kontextualisierung²¹	Ethnographie der Kommunikation	Ethnomethodologische Konversationsanalyse
Untersuchungsgegenstand	einzelner Sprechakt in verschiedenen Sprachgemeinschaften	verbale/non-verbale Aktivitäten in der gesellschaftlichen Wirklichkeit	Sprechertätigkeiten in natürlichen Kommunikationssituationen	alltägliche Gespräche
Untersuchungsziel	Unterschiede in den Realisierungen bestimmter Sprechakte herausfinden	Beziehungen zwischen interaktiven Strategien und sozialen und kulturellen Phänomenen analysieren	Sprechgewohnheiten herausfinden und Verhältnisse zwischen Sprache, Kultur und Gesellschaft erklären	formale Prinzipien u. Methode der Organisation der Interaktion herausfinden
Datenmaterial Beschaffung durch	Fragebögen, „discourse computation“-Test (DCT), Tonband- u. Videoaufnahme	Informantenbefragung, Interviews, Tonband- u. Videoaufnahme	teilnehmende Beobachtung, Informantenbefragung, Tagebuchaufzeichnung, Notizen, Interviews, Tonband- u. Videoaufnahme	Tonband- u. Videoaufnahme
Analyseverfahren	vergleichend	Analyse in inhaltlicher und sprachlicher Ebene, methodisch verknüpft mit der Ethnographie der Kommunikation	deskriptiv, im Mittelpunkt stehen die 16 Komponenten, die in den 8 Buchstaben des Wortes SPEAKING zusammengefaßt werden ²²	fixiert sich auf die transkribierten Gespräche, ohne Inrechnungstellung sozialer wie kultureller Einflußfaktoren

Aus dieser Tabelle kann man sehen, daß die genannten Untersuchungsansätze sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede in ihren Zielsetzungen und Methoden haben. Die vorliegende Arbeit stützt sich primär auf die Konzepte der interpretativen Soziolinguistik und der Ethnographie der Kommunikation. Die Untersuchung läßt sich außerdem auch von den folgenden Überlegungen leiten:

1. Interkulturelle Kommunikation ist Gegenstand von interdisziplinärer Untersuchung. Für die Untersuchung des komplexen Phänomens „interkulturelle Kommunikation“ gibt es nicht *den* Weg schlechthin. Alle genannten Ansätze sind irgendwo problematisch, haben jedoch alle ihre Berechtigung. Sie betrachten das Phänomen aus jeweils spezifischer Perspektive und erbringen spezifische Einsicht in das Phänomen. Eine linguistische Untersuchung über interkulturelle Kommunikationsproblematik sollte deswegen eine offene Analyse sein.

²¹ Die beiden Ansätze werden hier zusammen aufgestellt, weil Gumperz selbst seine Theorie der Kontextualisierung in den Rahmen der interpretativen Soziolinguistik einordnet.

²² S= situation (setting, Szene); P= participants (Sprecher, Ansprechende, Zuhörer, Angesprochene); E= ends (Absichten, Ziele, Folgen); A= acts sequence (Aktsequenz, od. Mitteilungsformen); K= key (Modalität); I= instrumentalities (Übertragungsmedium, Sprechformen); N= Normen (der Interaktion wie der Interpretation); G= genres (Gattung), vgl. Hinnenkamp 1992:156.

2. Eine Untersuchung über interkulturelle Kommunikationsprobleme sollte empirisch und praxisorientiert sein. Die Interpretation der interkulturellen Kommunikationsteilnehmer, und nicht Hypothese der Forscher, ist Ausgangspunkt der Untersuchung.

3. Es ist naiv zu glauben, daß alle Konflikte in der interkulturellen Kommunikation Konsequenzen von kulturellen Konflikten seien. Ebenso naiv ist aber auch die Ansicht, daß eine linguistische Untersuchung allein anhand transkribierter Gespräche textimmanent interkulturelle Kommunikationsprobleme erklären und analysieren könnte oder sollte. Oft werden unterschiedliche Interpretationen, kulturelle Zugehörigkeit und Mißverständnisse nämlich gar nicht von den Kommunikationsteilnehmern in den interkulturellen Gesprächen explizit relevant gemacht oder thematisiert.

4. Wenn man es nicht verneint, daß kulturelle Elemente wie Kommunikationsnormen und -konventionen das Kommunikationsverhalten eines Individuum stets beeinflußt, dann ist eine Analyse der Verbindung zwischen dem Mikrobereich des Kommunikationsphänomens und dem Makrobereich der Kultur die logische Konsequenz. Sicherlich muß man sich davor schützen, bei der Analyse von interkultureller Kommunikation allzu schnell Makrokategorien zur Erklärung diskursiver Strategien heranzuziehen, ohne die interaktive Organisation der Gespräche genau zu betrachten.

5. Jeder Linguist bringt seinen ethnischen und linguistischen Habitus in seine Untersuchung ein. Schon bei der Transkription des Datenmaterials trifft der Forscher die Entscheidung, welche verbale, nonverbale sowie paraverbale Aspekte berücksichtigt oder vernachlässigt werden. Es ist ein Irrtum zu behaupten, daß die linguistische Analyse völlig wertfrei und objektiv sein kann. Eine gewisse Subjektivität und Kulturgebundenheit des Forschers bestehen immer auch in einer wissenschaftlichen Arbeit.

6. Ein Ziel der linguistischen Untersuchungen über interkulturelle Kommunikation ist, das Typische für eine Sprache bzw. eine Sprachgemeinschaft herauszuarbeiten, wobei das Typische nie in einem absoluten Sinne verstanden werden sollte. Generalisierung und Typisierung sind notwendige und unvermeidliche Verfahren für alle Individuen, die der Außenwelt gewachsen sein möchten. Sie bieten Menschen Orientierung und „Know-how“ der Interaktion. Wenn man nicht weiß, wie man mit Menschen aus einer anderen Gruppe

angemessen umgehen sollte, bevor man ihnen persönlich begegnet, dann kann man seine soziale Rolle oft nicht wirkungsvoll agieren. Allerdings muß sich Linguisten beim Beschreiben des Kommunikationsverhaltens vor Übergeneralisierung und Stereotypisierung warnen. Es ist nicht die Aufgabe der linguistischen Untersuchungen, zu beantworten, wie die Menschen einer Sprachgemeinschaft sind (z.B. im Sinne ob sie direkt oder introvertiert sind, oder ob sie aggressiv oder höflich sind usw.). Linguistische Arbeiten richten sich danach, zu beschreiben, wie die Menschen einer Sprachgemeinschaft (in bestimmten Situationen) sprechen oder kommunizieren.

3 Methode

3.1 Methodische Vorüberlegungen

Wie im vorigen Kapitel dargestellt, beruht die vorliegende Arbeit auf den Ansätzen der interpretativen Soziolinguistik und der Ethnographie der Kommunikation. Mein Hauptaugenmerk liegt jedoch nicht auf der theoretischen, sondern der empirischen Untersuchung des Forschungsgegenstands, woraus sich meine Vorgehensweise ableitet.

Kommunikationsprobleme in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit zwischen deutschen Expatriates und Chinesen lassen sich nur schwer von einem Forscher „von außen“ durch Beobachtung feststellen. Sie sind am besten durch die Aussagen der Betroffenen über ihre eigenen Erfahrungen zu fassen. Mir ist bewußt, daß diese Art von Daten oft ausschließlich Auskunft über Erlebnisse oder subjektive Meinungen der Befragten geben, aus denen man die Wirklichkeit bzw. Realität nur mit geringerer oder größerer Wahrscheinlichkeit ableiten kann. Deshalb muß man sich davor hüten, sich mit den Aussagen unkritisch auseinanderzusetzen oder bei der Perspektive der Befragten stehenzubleiben. Ich glaube allerdings nicht, daß sich dieses Problem bei anderen „objektiven“ Daten nicht stellt, weil jeder Forschungsentwurf und jede Datenerhebungsart sowie die Interpretation der sogenannten objektiven Daten immer auch von subjektiven Elementen beeinflußt sind.

Die vorliegende Studie versucht, die Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates und Chinesen zunächst aus der Sicht der Befragten darzustellen. Die Aussagen der interviewten Deutschen und Chinesen über ihre empirischen Erfahrungen sollten den Lesern ein authentisches Bild über die konkreten Schwierigkeiten und Mißverständnisse in der deutsch-chinesischen interkulturellen Wirtschaftskommunikation vermitteln. Diese emische Innensicht der untersuchten Personen sollte jedoch durch die etische Außensicht des wissenschaftlichen Beobachters ergänzt werden.²³ Nach dem ethnographischen Ansatz sollte der Forscher selbst Mitglied der Gruppe werden, die untersucht werden soll. Dadurch kann der Forscher überprüfen, ob die mitgeteilten Aussagen mit eigenen Beobachtungen übereinstimmen.

²³ Zur emic/etic Unterscheidung siehe Pike und Harris 1990.

Als Chinesin lebte, studierte und arbeitete ich sieben Jahre in Deutschland. Ich habe die interkulturellen Kommunikationsschwierigkeiten zwischen Chinesen und Deutschen persönlich erlebt. Als aktive Teilnehmerin der deutsch-chinesischen interkulturellen Kommunikation und als Mitglied der chinesischen Sprachgemeinschaft habe ich den Vorteil, über Kenntnisse der allgemeinen Problematik der deutsch-chinesischen interkulturellen Kommunikation zu verfügen. Diese Kenntnisse verschaffen mir nicht nur Sensibilität, Verständnis und Interessen für die Kommunikationsprobleme der Befragten, sondern ich kann auch die Erfahrungen und Meinungen der Befragten mit meinen eigenen vergleichen. Als Forscherin bin ich auf der anderen Seite eine „Außenstehende“ für die Befragten. Mit der Rolle eines Außenstehenden kann ich mich bei der Untersuchung von den Aussagen der Befragten distanzieren, um die für eine wissenschaftliche Untersuchung notwendige Objektivität zu erreichen.

Sowohl bei der Datenerhebung als auch bei der Analyse des Datenmaterials war mir meine doppelte Rolle – sowohl als Insider als auch Außenstehende – stets bewußt. Ich durfte mich einerseits bei der Befragung nicht völlig von meinen Befragten distanzieren, sonst würde ich von ihnen als „fremd“ und nicht-verstehend empfunden und damit abgelehnt oder nur mit modifizierten Informationen versorgt. Allerdings bezweifle ich, daß der Forscher sich wirklich auf eine absolute neutrale wertfreie Position im wissenschaftlichen Sinne zurückziehen kann. Bei jeder wissenschaftlichen Untersuchung muß der Forscher nämlich selbst Stellung beziehen. Deshalb gab ich gegenüber meinen Befragten während des Interviews auch ehrlich zu, wenn ich ähnliche Erfahrungen oder Probleme erlebt hatte. Dadurch gewann ich oft mehr Vertrauen bei meinen Befragten. Mein Verständnis ermutigte meine Befragten auch, ihre Meinung, Gedanken und Probleme ohne jegliche Bedenken offenzulegen. Während der Interviews habe ich es oft beobachtet, daß das Interview von Befragten als eine Gelegenheit benutzt wurde, ihr Herz auszuschütten. Um andererseits ein Höchstmaß an Objektivität zu erlangen, ohne die ethische Verantwortung des Forschers außer Acht zu lassen, mußte ich bei der Befragung meine eigene Meinung möglichst vor meinen Befragten zurückhalten und eine kritische Distanz zu meinen Befragten und ihren Aussagen wahren. Ich durfte außerdem die Befragten bei ihrer Meinungsbildung nicht mit meinen eigenen Vorstellungen beeinflussen. Ich hoffe, die folgende Ausführung über die Erhebung und Auswertung des Datenmaterials hilft den Lesern, sich ein eigenes Urteil über die Validität der vorliegenden Studie zu bilden.

3.2 Das Datenmaterial

3.2.1 Entstehung des Datenmaterials

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, entstand das Datenmaterial aus einem Forschungsprojekt, an dem ich in der Zeit zwischen Juni 1997 bis Mai 2000 mitwirkte. Während zwei Forschungsaufenthalten in China, die insgesamt fünfundeinhalb Monate dauerten, wurden 86 Interviews mit deutschen Expatriates und Chinesen in Beijing, Shanghai und weiteren sieben Provinzen durchgeführt. 58 Deutsche und 41 Chinesen in deutsch-chinesischen Joint-Ventures, 100%igen deutschen Tochtergesellschaften und deutschen und chinesischen Stellen wurden nach ihren Meinungen und Erfahrungen über Probleme und Schwierigkeiten in der deutsch-chinesischen Zusammenarbeit befragt. Von den insgesamt 86 Interviewgesprächen wurden 21 Gespräche mit Deutschen von meiner deutschen Projektmitarbeiterin, Frau Dr. Angelika Ning, durchgeführt. Angesichts der geographischen Größe Chinas ist die Befragung in mehreren Provinzen für eine Person nicht zu bewältigen. Diese Interviews bilden die empirischen Daten der vorliegenden Untersuchung.

Das Interview gilt heute als eines der wichtigsten Instrumente der empirischen Sozialforschung. Wie in der Vorüberlegung gesagt, als wissenschaftliches Mittel zur Datengewinnung ist das Interview nicht unumstritten. Um zuverlässige Daten zu gewinnen, muß jeder Interviewer die relevanten Interaktionsmuster beherrschen, denn jedes Interview konstituiert auch eine soziale Interaktion, in der allgemeine soziale Normen und Konventionen gültig sind. In der Befragung wurden auch jene Themen, die zwar nicht direkt mit unserem eigenen Untersuchungsobjekt zu tun haben, aber für die Arbeit bzw. das Leben der Befragten von Bedeutung oder von Interessen sind, wie z.B. die wirtschaftliche Situation des Unternehmens, die Umweltbelastung, die Einsamkeit durch den Auslandseinsatz u.ä., angesprochen. Dadurch wurden nicht nur Informationen zur Personen der Befragten, sondern auch wichtiges Hintergrundwissen zu unserem Untersuchungsobjekt gewonnen. Die Befragten sollten dadurch den Eindruck bekommen, daß sie mit der Interviewerin ein natürliches Gespräch führten, und die Interviewerin sich nicht nur für ihre eigene Untersuchung, sondern auch für alle Probleme der Befragten interessierte.

Der Ort der Befragung war zumeist das Büro des Interviewpartners, einige Interviews fanden aber an öffentlichen Treffpunkten, z.B. im Café oder in einer Hotelhalle statt. Zwei Gespräche wurden in der Wohnung des Befragten durchgeführt. Mit Ausnahmen von zwei deutschen Befragten wurden alle anderen deutschen Expatriates noch während ihres Chinaaufenthalts befragt. Das hat den Vorteil, daß die erzählten Erfahrungen nicht durch Distanz, Erinnerungen und nachträgliche Informationen verarbeitet sind.

Tabelle 1: Befragungsorte und Anzahl der Gespräche und Personen

Ort	Personen		Gespräche mit	
	Deutsche	Chinesen	Deutschen	Chinesen
Beijing 北京	18	-	16	-
Würzburg BRD	2	-	2	-
Provinz Shanxi 山西	2	-	1	-
Provinz Kanton 广东	9	4	8	4
Provinz Zhejiang 浙江	-	5	-	3
Shanghai 上海	15	24	14	20
Provinz Hebei 河北	1	-	1	-
Provinz Jiangsu 江苏	6	4	6	4
Provinz Hubei 湖北	4	4	2	4
Provinz Anhui 安徽	1	-	1	-
Gesamt	58	41	51	35

3.2.2 Informationen über die Befragten

Die Kontakte mit den Befragten wurden durch verschiedene Kanäle hergestellt. Einen Teil der Befragten haben wir nach der Firmenliste des Deutschen Delegierten Büros der Industrie- und Handelskammer in Shanghai selbst ausgesucht. Durch Empfehlung der Handelsförderungsstelle der deutschen Botschaft in Beijing und des Generalkonsulats der Bundesrepublik Deutschland in Shanghai bekamen wir einige Adressen von deutschen und chinesischen Managern. Durch Weitervermittlung der ersten Befragten konnten andere Kontakte hergestellt werden. Einige Befragte sind ehemalige Kollegen, Studienkameraden und Bekannte der Interviewerinnen.

Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde bewußt darauf geachtet, daß die Befragten von verschieden Stellen und Regionen kommen. Der größte Anteil der Befragten arbeiteten in

deutsch-chinesischen Joint-Ventures. Danach folgt die Gruppe, die in 100%igen deutschen Tochterunternehmen arbeiteten. Die anderen Befragten arbeiteten in offiziellen Stellen wie der Handelsförderungsstelle der Botschaft bzw. des Generalkonsulats in Beijing, Shanghai und in Guangzhou. Alle befragten Deutschen waren direkt oder zumindest indirekt in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit tätig. Unter den chinesischen Befragten waren sieben Soziologen, die die Autorin nach den gesellschaftlichen und sozialen Hintergründen für die genannten typischen chinesischen Kommunikationsverhaltensweisen befragte.

Das Alter der befragten Deutschen lag zwischen 22 bis 75 Jahren, und die chinesischen Befragten waren zwischen 24 und 60 Jahre alt. Die Aufenthaltsdauer der befragten Deutschen in China variierte zwischen zwei Monaten und 20 Jahren. Unter den deutschen Befragten waren sechs Frauen und unter den Chinesen zwölf.

Die Auswahl der Befragten unterlag dem Zufallprinzip, sie wurden nicht gezielt ausgesucht. Deshalb geht die Autorin von einer Repräsentativität der Stichprobe aus. Solange aber über das selbe Thema keine Reihe von Arbeiten vorliegt, können keine feste Aussagen darüber gemacht werden, ob die vorliegende Untersuchung tatsächlich eine repräsentative Gewichtung hat. Eine Repräsentativität einer Stichprobe kann nur durch eine breiter angelegte Untersuchung bestätigt oder widerlegt werden.

3.2.3 Erhebungsmethode

Bei den Interviews handelte es sich nicht um standardisierte Interviews, in denen der Interviewer eine dominante Position besaß, sondern es ging hier um unstandardisierte Interviews, bei denen die Asymmetrie zugunsten der Befragten verlagert wurde. Die meisten Fragen waren offen gestellt, und die Antwortmöglichkeiten waren nicht festgelegt. Im Verlauf des Interviews gab die Interviewerin in der Regel nur kurze Bestätigungen oder weiterführende Bemerkungen. Der Befragte bekam also keine Antwortvorgaben, er konnte frei antworten und das formulieren, was ihm in Bezug auf das Thema bedeutsam war. Die Interviewerin hatte keinen starren Fragenkatalog, sie konnte Fragen und Themen je nach Situation des Befragten frei formulieren. Bei dieser Erhebungsart gibt es Platz für persönliche Erlebnisse und Begründungen, die für die Auswertung und Interpretation der

erhaltenen Antworten nicht nur dienlich, sondern auch notwendig sind. Außerdem waren Rückfragen bei Verständigungsschwierigkeiten erlaubt.

Um aber trotz Flexibilität eine möglichst hohe Vergleichbarkeit zu erreichen, wurde ein grob strukturierter Interviewleitfaden vor der Befragung entworfen. Durch den Interviewleitfaden wurden die Befragten zwar auf eine bestimmte Fragestellung hingeleitet, im großen und ganzen blieb es aber dem Interviewten überlassen, über was und wie konkret er sprach. Am Anfang des Interviews wurden allgemeine Einstiegsfragen gestellt, dabei sollte herausgefunden werden, welche Themen oder Fragen für den Befragten überhaupt wichtig waren bzw. welche Themenbereiche ausgelassen werden sollten. In den Interviews stieß ich immer wieder auf Aspekte, die im Leitfaden nicht verzeichnet aber für das Gespräch bedeutend waren, so daß ich hin und wieder ad-hoc-Fragen formulieren oder Zusatzfragen stellen mußte. Einzuräumen bleibt, daß keine Probeinterviews durchgeführt wurden. Als Prätest galten die ersten Interviews, in denen die Technik des Interviewens (wie Steuerung des Gesprächs, Vermeidung der Beeinflussung des Interviewten etwa durch Suggestivfragen etc.) erst gelernt wurde. Im Verlauf der Durchführung der Befragung wurde der Interviewleitfaden leicht modifiziert.

Interviewleitfaden

- Erklärung der Befragungsziel und Zusicherung der Anonymität
- Fragen zu Aufgaben und Tätigkeit der Befragten
- Fragen nach Aufenthaltsdauer, Sprachkenntnissen der Befragten
- Fragen nach Vorkenntnissen über China / Deutschland
- Fragen nach Vorbereitungsmaßnahmen und Trainings
- Fragen nach allgemeinen Erfahrungen und konkreten Problemen und Konflikten in der Zusammenarbeit
- Fragen nach Partnerbewertung – positive und negative
- Fragen nach Alltagserfahrungen
- Ratschläge für die künftigen Expatriates

Um Vertrauen zu schaffen, betonte ich vor den Interviews mit Deutschen immer die Tatsache, daß ich zwar eine Chinesin bin, aber im Auftrag des bayerischen Kultusministeriums und des Instituts für Sinologie der Universität Würzburg arbeite und

Meinungen und Erfahrungen von deutschen Expatriates hören möchte, damit wir in unserem Forschungsbericht ihre Erfahrungen und Meinungen über die Zusammenarbeit mit Chinesen in der Wirtschaftskooperationen an ihre Landsleute weitergeben können. Bei den Chinesen gab ich als Grund des Interviews an, daß ich an einem Buch arbeite, in dem ich aus der Sicht der Chinesen den Deutschen Vorschläge und Ratschläge für ihr China-Engagement geben würde. Nach Eindruck der Interviewerinnen begrüßten die Befragten es, daß auch jemand „von außen“ sich für ihre Probleme und Schwierigkeiten interessiert und von ihnen Meinungen und Einstellungen erfahren möchte. Es kam in den Gesprächen kein Mißtrauen auf. Alle Interviewten verhielten sich unbefangen und waren mehr als bereit, über ihre Erfahrungen und Probleme mit dem ausländischen Partner zu erzählen, ohne sich dabei gehemmt zu fühlen.

Da alle deutschen Befragten mehr oder weniger durch ihren Beruf bzw. ihre Position als Manager, Abteilungsleiter u.ä. bedingt, Erfahrungen mit der Situation hatten, in der sie ihre Meinung äußern sollten, war in den Gesprächen kaum Zurückhaltung zu beobachten. Alle deutschen Befragten verhielten sich in der Befragung offen und kooperativ. Bei den chinesischen Befragten konnten ebenfalls Offenheit und Gelassenheit festgestellt werden. Es ist allerdings nicht klar, ob die chinesischen Befragten einem deutschen Interviewer dieselbe Offenheit und Gelassenheit entgegenbringen würden, die sie im Gespräch mit mir gezeigt haben.

Am Anfang jedes Gesprächs wurde den Befragten erklärt, daß die Gespräche auf Tonband aufgezeichnet werden, damit die schriftliche Aufzeichnung während des Gesprächs nicht notwendig sei. Mit Ausnahme von zwei Befragten waren alle anderen damit einverstanden. In den beiden Fällen, bei denen das Gespräch nicht aufgenommen wurde, wurde von der Interviewerin eine schriftliche Mitschrift angefertigt. Die Dauer der Gespräche mit den deutschen Befragten betrug durchschnittlich eine Stunde, die Gespräche mit den chinesischen Befragten dauern zwischen einer bis zwei Stunden. Es sind insgesamt 60 Tonbänder entstanden.

3.2.4 Transkription des Materials

Alle aufgenommenen Gespräche wurden transkribiert. Da das Material insgesamt aus 60

Tonbändern bestand, forderte die Transkription und Übersetzung einen großen Einsatz von Zeit, Energie und Ausdauer. Die Transkription und Übersetzung dauerte insgesamt über ein halbes Jahr.

Die Transkriptionsweise hängt unmittelbar mit dem Ziel der Untersuchung zusammen. Für die vorliegende Untersuchung sind die Inhalte, nicht aber Aussprache und Dialektvarianten wichtig. Deshalb ist die Art der Transkription standardsprachlich. Die mündlichen Merkmale der gesprochenen Sprache wie Dialektfärbung, Sprechpausen, Intonation, Versprechen und Unverständliches wurden bei der Transkription nicht berücksichtigt.²⁴ Keine Korrektur grammatischer Kategorien oder syntaktischer Struktur wurde vorgenommen. Mit Ausnahme von Lachen wurden paralinguistische Phänomene wie Betonungen, Dehnungen, Pausen und andere nonverbale kommunikative Handlungen in der Transkription nicht angegeben.

Zitate aus dem Gesprächsausschnitt wurden im Analysetext kursiv geschrieben. Für die chinesischen Gespräche wurde jeweils eine wörtliche Übersetzung erstellt, da die weitgehende Nähe zum Original gewahrt bleiben sollte. Bei der Übersetzung aus dem Chinesischen ins Deutsche mußten oft das Subjekt und die Konjunktion ergänzt werden, die im chinesischen Text ausgelassen werden. Die Ergänzungen wurden in eckigen Klammern angegeben, und freie Übersetzungen in runden Klammern. (?) bedeutet Unverständliches und [...] Auslassung in der Transkription. Die Analyse und Interpretation des chinesischen Datenmaterials erfolgten ausschließlich auf Grundlage des chinesischen Textes; die Übersetzungen wurden lediglich als Hilfe für den deutschen Leser beigelegt.

3.3 Auswertung und Analyse des Datenmaterials

3.3.1 Begründung der Wahl einer qualitativ-interpretativen Auswertungsmethode

Die Wahl der qualitativ-interpretativen Auswertungsmethode ergibt sich aus den folgenden Überlegungen: Erlebnisse und Erfahrungen sind von Mensch zu Mensch sehr unterschiedlich, deshalb sind die erhobenen Daten nur schwer quantitativ zu evaluieren. Außerdem werden markante Einzelfälle, der Kontext von Textbestandteilen und alles, was

im Text nicht vorkommt, z.B. latente Sinnstrukturen, bei der quantitativen Analyse nicht berücksichtigt. Die qualitative Methode ist keine Alternative zur quantitativen Methode, sondern die beiden Ansätze werden in der Untersuchung integriert eingesetzt.

Wie im letzten Kapitel bereits erläutert, ist jede Kommunikation eine Interaktion, die selbst als interpretativer Prozeß zu verstehen ist. Kommunikation als soziales Handeln ist auch immer mit subjektiven Bedeutungen behaftet, die erst durch Interpretation erschlossen werden müssen. Das Ziel der qualitativen Forschung ist es, den Untersuchungsgegenstand „von innen“ zu analysieren, denn dieselbe objektiv beobachtbare Handlung kann für unterschiedliche Beobachter völlig andere Bedeutung haben. In der vorliegenden Studie werden zunächst durch die Interviewaussagen der Befragten ihre subjektiven Erfahrungen, ihre Innensicht und Introspektion dargestellt. Dann werden die Zusammenhänge der Aussagen im Datenmaterial ermittelt. Danach folgen meine eigene Interpretation und Analyse des Datenmaterials, die sich nach den folgenden Fragen richten: „Welche Schlüsse lassen sich aus den Aussagen der Befragten ziehen?“, „Wie lassen sich die erwähnten Kommunikationsphänomene erklären?“, „Was sind die Ursachen oder Einflußfaktoren der genannten Probleme?“ und „Welche Lösungsansätze gibt es für die Kommunikationsprobleme zwischen den deutschen Expatriates und Chinesen?“.

3.3.2 Kategorisierung und Kontextualisierung der Aussagen

Angesichts der ungeheuren Materialfülle mußten die Aussagen der Befragten bei der Untersuchung nach Auswertungskategorien eingeordnet werden. Durch die Kategorisierung können die Leser die existierenden Gemeinsamkeiten in den Erfahrungen der Befragten erkennen. Bei der Kategorisierung des Datenmaterials werden aber viele wichtige Informationen wie die konkreten Situationen, die Komplexität der einzelnen Fälle, die Veränderungen der Meinung und die Introspektion der Befragten nicht berücksichtigt bzw. ignoriert. Die Aussagen müssen deshalb auch in ihrem Kontext dargestellt und interpretiert werden. Zum Kontext gehören sowohl das direkte Textumfeld als auch die über den Text hinausgehenden Informationen wie z.B. die Entstehungssituation eines Problems, die Vorkenntnisse des Betroffenen u.ä. Deshalb wurden in der vorliegenden Untersuchung die

²⁴ Einige chinesische Gespräche sind teilweise auf Shanghai-Dialekt geführt worden.

beiden Auswertungs- und Interpretationsmethoden – Kategorisierung und Kontextualisierung – eingesetzt.

Kategorisierung und Kontextualisierung sind wie zwei unterschiedliche Konvexspiegel zur Betrachtung eines Gegenstandes, der eine kann den anderen nicht ersetzen. Sie können auch nicht zu einem dritten integriert werden. Sie können sich gegenseitig ergänzen, und durch den Einsatz der beiden unterschiedlichen Konvexspiegel bekommt man ein vollständiges Bild des betrachteten Gegenstandes.

Damit die Leser eine ungefähre Vorstellung vom gesamten Datenmaterial haben können, wurde vor der Auswertung des gesamten Datenmaterials ein Einzelfall präsentiert und analysiert. Erst danach wurde das Material nach unterschiedlichen Kategorien untersucht. Bei jeder Kategorie wurden kleine Einzelfälle als Beispiele angegeben, damit die Leser die erwähnten Probleme unter ihrem natürlichen Kontext besser verstehen können.

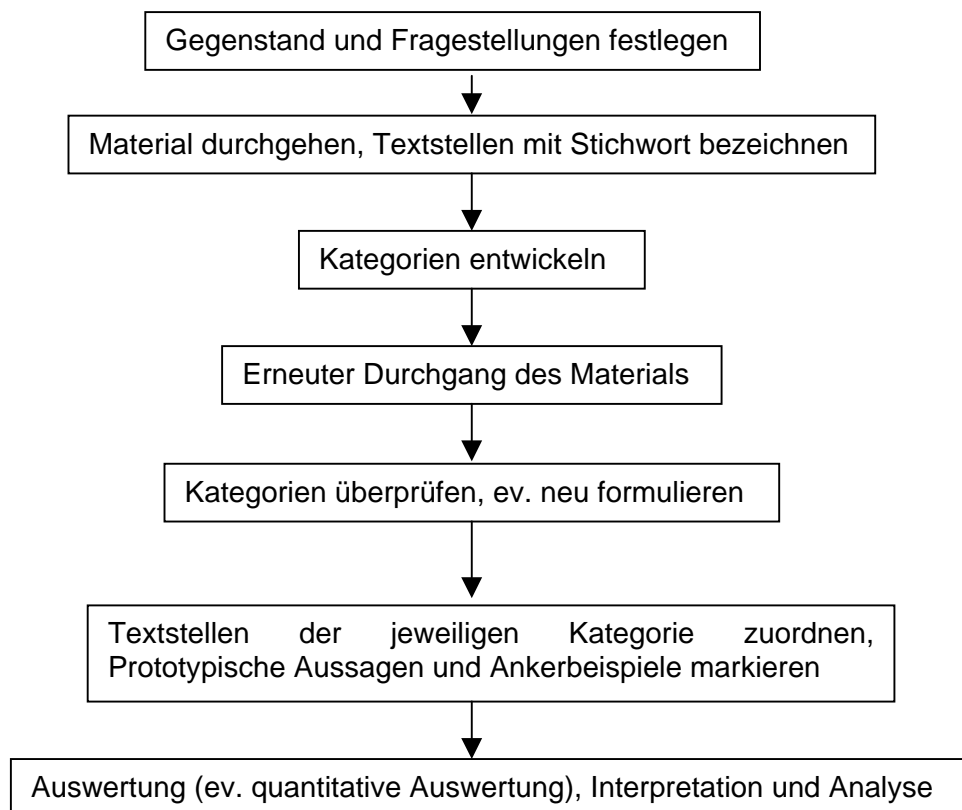
3.3.3 Vorgehensweise der Kategorienbildung

Mein erster Versuch, das Datenmaterial mit Untersuchungskategorien, die aus der Theorie der interkulturellen Kommunikation und aus den bisherigen Untersuchungen über die deutsch-chinesische Kommunikation abgeleitet sind, auszuwerten, stellte sich bald als ungeeignet heraus, weil diese „geliehenen“ Kategorien die empirischen Erfahrungen meiner Befragten nicht authentisch widerspiegeln können. Deswegen entschied ich mich dafür, die Auswertungskategorien aus dem Material selbst heraus zu suchen.

Die konkrete Vorgehensweise der Kategorienbildung sieht wie folgt aus: Nachdem der Untersuchungsgegenstand und die zentralen Fragestellungen festgelegt wurden, wurde das Datenmaterial durchgelesen. Textstellen, die mit dem Untersuchungsgegenstand und den zentralen Fragestellungen der Untersuchung in Zusammenhang stehen, wurden gekennzeichnet. Das gekennzeichnete Material wurde dann nochmals durchgelesen und dabei wurden die Textstellen (d.h. die Aussagen) abschnittsweise nach dem Inhalt des angesprochenen Problems mit einem Stichwort bezeichnet. Durch die induktive Methode wurden Kategorien mit Hilfe dieser Stichworte formuliert. Danach wurde das gekennzeichnete Material erneut durchgelesen, wobei überprüft wurde, ob die Kategorien

zum Gegenstand und zu den Fragestellungen der Untersuchung passen. Nach der Revision der Kategorien folgte ein erneuter Durchgang des gekennzeichneten Materials. Diesmal wurden die gekennzeichneten Textstellen der jeweiligen Kategorie zugeordnet, und prototypische Aussagen und Ankerbeispiele für die jeweiligen Kategorien wurden dabei markiert. Erst danach folgte die Auswertung, Interpretation und Analyse des Materials. Zu der Auswertung gehört auch die quantitative Analyse wie z.B. statistische Angabe über die Häufigkeit des Vorkommens eines Begriffs im Datenmaterial u.ä.

Ablauf der Kategorienbildung:



Dieses Ablaufmodell zeigt eine lineare Vorgehensweise der Kategorienbildung. In der Praxis wurde dieser Vorgang jedoch abermals wiederholt, bis ich mich endgültig für die in der vorliegenden Arbeit verwendeten Kategorien entscheiden konnte. In dieser Arbeit wurden die deutschen und die chinesischen Interviewgespräche getrennt ausgewertet.

Für das deutsche Material wurden zunächst zwei Überkategorien entwickelt: 1. Kommunikationsprobleme, die direkt wegen mangelnder Fremdsprachkenntnissen der deutschen und chinesischen Geschäftsleute entstanden sind. 2. Kommunikationsprobleme,

die nach Meinung der deutschen Befragten wegen typisch „chinesischer Eigenschaften“ ihrer interkulturellen Kommunikationspartner entstanden sind. Zu der zweiten Überkategorie gehören die folgenden Subkategorien: a) Chinesen sagen nicht gern direkt ‚Ja‘ oder ‚Nein‘; b) Das chinesische Gesichtskonzept hat eine andere Bedeutung als das deutsche; c) In einer Konfliktsituation verhalten sich Chinesen oft anders als Deutsche; d) Die informelle Kommunikation hat eine wichtige Bedeutung in der chinesischen Geschäftspraxis; e) Chinesen kommen nicht gern direkt zur Sache.

Das chinesische Material wurde nach drei Kategorien klassifiziert: 1. Positive Erfahrungen in der Kommunikation mit Deutschen. 2. Negative Erfahrungen und Probleme in der Kommunikation mit Deutschen. 3. Erkannte Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Kommunikationsverhalten. Insgesamt lassen sich die Unterschiede fünf Subkategorien zuordnen: a) Direktheit *versus* Indirektheit; b) Explizit *versus* implizit; c) Sach- und Inhaltsorientierung *versus* Personen- und Beziehungsorientierung; d) Unterschiede in der Präsentation und Organisation der Informationen; e) Schriftliche Kommunikation *versus* mündliche bzw. persönliche Kommunikation.

3.3.4 Analytische Synthese: Darstellung, Interpretation und Erklären im Verbund

Die Darstellungen und Klassifizierung der Aussagen der Befragten nach einzelnen Kategorien bilden die erste Stufe der Untersuchung. Hier kommen die Befragten zu Wort. Es wird überprüft, ob die Erfahrung bzw. Ansicht eines Befragten auch von anderen Befragten geteilt wird oder ob die Aussagen der Befragten über ein Phänomen oder Probleme sich gegenseitig widersprechen und welche Meinungsverschiedenheiten es unter den Befragten gibt. In der vorliegenden Untersuchung kommt es aber nicht nur darauf an, die Erfahrungen und Sichtweisen der Betroffenen einzufangen und zu verstehen, sondern die emische Innensicht der Befragten wird durch die etische Außensicht ergänzt und korrigiert. Denn oft waren den Befragten (Betroffenen) die kausalen Zusammenhänge der erlebten Phänomene und Probleme nicht bewußt.

In der zweiten Stufe der Untersuchung geht es um die Interpretation und Analyse der Daten. Hier werden die Aussagen der Befragten mit meinen eigenen Beobachtungen und Untersuchungsergebnissen anderer Forscher verglichen oder in Verbindung gesetzt.

Dadurch werden die Regelmäßigkeit und Generalisierbarkeit der von den Befragten beobachteten Eigen- und Fremdkommunikationsverhaltensweisen und Probleme überprüft. Danach folgt die ursächliche Erklärung der erwähnten Kommunikationsverhaltensweisen und -probleme. Die Deutungen der Befragten und ihre Interpretation der Probleme werden zwar in Betracht gezogen, aber die Interpretation und Analyse der Kommunikationsprobleme stützen sich nicht lediglich auf die Aussagen der Befragten. Mit Hilfe von Ergebnissen anderer linguistischer und kulturvergleichender Untersuchungen sollen linguistische und nonlinguistische Einflußfaktoren, die in die Kommunikationsverhaltensweisen und -probleme hineinwirken, herausgefunden werden.

In dieser vorliegenden Studie ist die Erklärung der typischen chinesischen und deutschen Kommunikationsverhaltensweisen und der Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates und Chinesen nach dem ethnographischen Ansatz kulturvergleichend ausgerichtet. Der Ausgangspunkt der Ethnographie der Kommunikation ist, daß neben dem sprachlichen Bestand auch außersprachliche soziokulturelle Wissensbestände als relevante Faktoren die Kommunikationsereignisse beeinflussen können. Während sprachliche Probleme den Kommunikationspartnern im Regelfall unmittelbar bewußt sind und durch Rückfragen oder Einsetzen eines Dolmetschers gelöst werden können, sind soziolinguistische Probleme den Kommunikationspartnern oft nicht bewußt und können zu weiteren Mißverständnissen und Konflikten führen. Außerdem wird die Verletzung linguistischer Regeln in der interkulturellen Kommunikation meistens toleriert, während die Nichtbeachtung soziokultureller Regeln sanktioniert wird und negative Wirkungen auf die interpersonelle Beziehung ausüben könnte.

Anders als gesprächsanalytische Arbeiten, bei denen die Untersuchung in der Regel auf die Mikroebene der Beschreibung der Realisierungsformen bestimmter Sprachhandlungen beschränkt und die institutionellen und kulturellen Determinanten des Kommunikationsverhaltens ignoriert werden, liegt der Ausgangspunkt der Erklärung des Kommunikationsverhaltens und der Kommunikationsprobleme in dieser vorliegenden Studie auf der Makroebene. Es wird hier jedoch keine abstrakte Gesamtdarstellung von Kultur getrieben, sondern nur konkrete Denkweisen, Normen und Konventionen, die die angesprochenen Kommunikationsverhaltensweisen und -probleme beeinflussen können, herausgestellt. Die Erklärungen der kulturspezifischen Zusammenhänge sind m.E. für die

Untersuchung der deutsch-chinesischen Wirtschaftskommunikation sehr wichtig, weil deutsche Expatriates und Chinesen aus zwei geographisch, historisch und kulturell sehr weit voneinander entfernten Gesellschaften kommen und sie bevor sie miteinander Wirtschaftsbeziehungen knüpfen, in der Regel sehr wenig voneinander wissen.

Forschungen aus der Philosophie, Soziologie, Anthropologie, Linguistik, Psychologie u.a. haben viele Regelmäßigkeiten zwischen Denkweisen und Handlungen nachgewiesen. Die Erklärungen der Kommunikationsverhaltensweisen und die Analyse der Kommunikationsprobleme im Zusammenhang mit den soziokulturellen Hintergründen stützt sich auf die Auffassung, daß Kommunikation als soziales Handeln von kulturell geprägten Denkweisen, Wertvorstellungen, Normen und Konventionen reguliert wird. Obwohl Kultur keine statische Größe ist, gibt es in einer gegebenen Zeit und in einem fixierten Raum stets einen kulturellen Konsens, der Bestandteil des Wissenssystems einer Gesellschaft ist.

Die Interpretation und Erklärung der vorliegenden Untersuchung erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Endgültigkeit. Ein anderer Forscher könnte das Datenmaterial und die darin erwähnten Kommunikationsverhaltensweisen und -probleme im Licht neuer Theorien und Methoden aus einer völlig unterschiedlichen Perspektive analysieren. Diese Studie sollte Ansätze und Anregungen für neue Untersuchungen geben und die Ergebnisse der vorliegenden Studie sollten auch durch weitere Forschungen überprüft werden.

4 Deutsche Erfahrungen in der Kommunikation mit Chinesen

Nachdem ich in den vorigen Kapiteln die Konzeption, die theoretischen Grundlagen und die Methode der Untersuchung dargestellt habe, kommen wir nun zum Hauptteil der Untersuchung: Die empirischen Erfahrungen der befragten deutschen Expatriates und Chinesen über ihre interkulturelle Kommunikation miteinander. Damit sich die Leser ein Bild von den Interviews machen können, die ich als Grundlage für meine Untersuchung benutze, werde ich zunächst ein Interviewgespräch vollständig darlegen, und anschließend die Kommunikationserfahrungen des Befragten zusammenfassen und analysieren. Darauf folgend werden die Aussagen der deutschen Befragten nach einzelnen Kategorien eingeordnet. Die auffälligsten Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates und Chinesen und deren Einflußfaktoren sollten herausgearbeitet werden. Bei der Interpretation der Aussagen und der Analyse und Erklärung der erwähnten Probleme distanzieren mich bewußt von den Ansichten der Beteiligten. Gleichzeitig werden meine eigenen ethnographischen Beobachtungen und soziokulturellen Kenntnisse sowie Untersuchungsergebnisse von anderen Forschern einbezogen.

4.1 „Das kommt auf den Chinesen an“ – Analyse eines Einzelfalls²⁵

Das folgende Interview ist ein typisches Gespräch, das von mir und meinem Interviewpartner geführt wurde. Ich bezeichne das Interviewgespräch als typisch, weil es keinen Extremfall bildet. Es gab bei dem befragten Deutschen auf dem ersten Blick kaum gravierende Kommunikationsprobleme in seiner Zusammenarbeit mit Chinesen. Unter den Expatriates, die ich interviewte, war er in vieler Hinsicht ein typischer Expatriate, auch wenn seine Aussagen und Meinungen nicht immer von anderen Befragten geteilt wurden.

Daten zum Interview:

Person: Herr Wien, Rechtsanwalt²⁶

Datum des Interviews: 26.09.97

Ort: In der Kanzlei des Befragten in Shanghai

(Nach kurzer gegenseitiger Bekanntmachung und nach dem Austausch von Visitenkarten stellte ich Herrn Wien kurz unser Forschungsprojekt vor. Das Ziel des Interviews hatte ich

²⁵ Interview in Shanghai am 26.09.97.

²⁶ Der Name wurde hier aus Grund der Anonymität geändert.

ihm bereits am Telefon erklärt. Vor Beginn des Interviews erklärte ich Herrn Wien, daß ich das Gespräch auf Tonband aufnehmen wollte, damit ich während des Gesprächs keine Notizen machen mußte. Er zeigte sein Einverständnis. Ich versprach ihm allerdings die Anonymität seiner Aussagen.)

F: Können Sie Chinesisch?

W: Nein, ich habe ein paar Kurse gemacht, Chinesisch, aber kam an sich eigentlich unvorbereitet hierher, und habe dann hier weitere Kurse gemacht, aber wegen des Arbeitsanfalls aufgegeben.

F: Welche Aufgaben haben Sie eigentlich in China?

W: Ich bin hier, um das Büro aufzubauen. Das gab es vorher nicht, und ich kam hierher, mit einer chinesischen Kollegin zusammen, und wir haben dieses Büro aufgebaut.

F: Sie werden also beauftragt von Ihrem Stammhaus.

W: Von unserer Kanzlei.

F: Welche Fälle behandeln Sie hauptsächlich?

W: Als deutsche Rechtsanwälte hier beraten wir vor allem deutsche Unternehmen, die hier investieren wollen. Wir helfen bei der Gründung von Joint-Ventures oder hundertprozentigen Tochtergesellschaften, wir helfen ihnen beim Entwurf aller möglichen Verträge, Technologielizenzverträge, Arbeitsverträge, wir beraten auch deutsche Banken bei Darlehensverträgen.

F: Glauben Sie, daß die Sprache eine geringe Rolle spielt?

W: Das kommt ganz darauf an, was man gerade tut. Wenn man einen Darlehensvertrag überarbeitet, dann braucht man Chinesisch nicht, denn der wird auf Englisch formuliert, da muß man Englisch können. Er unterliegt meistens noch nicht einmal chinesischem Recht, sondern englischem Recht oder deutschem Recht, das könnte man genau so gut in Frankfurt machen, oder in London oder in New York, das ist völlig egal. Eh, wenn man dagegen Joint Venture Verhandlungen hat, oder wenn man mit Behörden verhandeln muß, dann braucht man natürlich die chinesische Sprache.

F: Aber spielt das eine Rolle, daß Sie kein Chinesisch sprechen, z.B. im alltäglichen Leben?

W: Doch, das spielt schon eine Rolle. Ich kann mich hier sehr viel weniger integrieren als ich das könnte, wenn ich Chinesisch sprechen würde, es gibt sehr wenige Chinesen, die ausreichend Englisch sprechen, das eine normale Unterhaltung möglich wäre. Deswegen sind die meisten meiner Bekannten Ausländer. Das hat auch ein bißchen mit meinem Beruf zu tun. Wir bieten unsere Dienstleistungen zunächst nicht chinesischen Unternehmen an, weil chinesische Unternehmen gehen zu chinesischen Anwälten, wir bieten unsere Dienstleistungen insbesondere den deutschen Unternehmen an, aber auch anderen europäischen Unternehmen, und deswegen pflege ich den Kontakt auch vor allem mit Leuten, den eh, die muß ich kennenlernen.

F: Haben Sie hier Freunde kennengelernt?

W: Ja, ja, Freunde habe ich, aber eben nicht unter der chinesischen Gemeinschaft, nur unter den Expatriates.

F: Was für Eindrücke haben Sie seit einem Jahr in China? Vielleicht der Verkehr ist ganz schlecht.

W: Ja, das stört mich gar nicht so sehr. Also wenn Sie den Verkehr ansprechen, das kann man sich arrangieren, da muß man ein bißchen früher losfahren vormittags, da kommt man relativ problemlos ins Büro, und abends gehe ich so spät aus dem Büro, daß ich da auch keine Probleme habe. Eh, wenn ich tagsüber irgendwo hin muß, dann muß ich das eben einkalkulieren, daß ich nicht mehr eine halbe Stunde brauche, sondern eine Stunde. Aber das geht, das ist also nicht das große Problem. Was mich hier persönlich stört, ist die Umweltbelastung.

F: Ja, die Luft.

W: Die Luft, ja, auch daran hat man sich gewöhnt, aber habe ich trotzdem ein schlechtes Gefühl, diese schlechte Luft einatmen zu müssen. Und was ein bißchen deprimierend ist, Sie sehen es auch heute wieder, man sieht selten blauen Himmel, meistens diese weiße Suppe da draußen, und das wirkt natürlich nicht gerade stimulierend auf die Laune.

F: Was denken Sie wenn Sie raus gehen und der Verkehr so chaotisch ist?

W: Ach, das finde ich gar nicht so chaotisch.

F: Woher kommen Sie, aus Berlin oder

W: Aus Stuttgart.

F: Auch eine Großstadt

W: Im Vergleich zu Shanghai ist das nur ein Dorf, nur 500 000 Einwohner, ein / daran habe ich mich gewöhnt. Im Straßenverkehr, eh, da, muß man sich darauf einstellen, daß die Sitten hier anders sind, das ist klar. Aber erstens fahre ich nicht selbst, sondern ich fahre mit dem Taxi, und wir haben einen sehr guten Taxifahrer, der damit bestens umgehen kann, und / also ich habe damit keine Probleme. Und das andere, was vielleicht manche Deutsche bemängeln, ist, daß die Chinesen, wenn man sich irgendwo anstellt, sich dann vorne rein drängeln, das geht mir auch auf die Nerven, (lachend), das muß ich auch zugeben.

F: Die Distanz zwischen den Menschen ist hier kleiner.

W: Ist wenig, ja, das stimmt, ja, das muß man sich ein bißchen darauf einstellen. Die Deutschen mögen es nicht, wenn jemand zu nah an sie herankommt, man will ein bißchen mehr Abstand haben.

F: Waren Sie vorher, bevor Sie nach China kamen, auch im Ausland tätig?

W: Ja ja, ich war viel im Ausland, ich war in den USA, ich war in Genf, ich war in Brüssel tätig, vorher ja.

F: Ist das sehr hilfreich, also

W: Ja klar, ja klar, natürlich, natürlich, wenn man schon einmal woanders war, kann man sich auch auf neue Situation schneller einstellen, besser einstellen. Man weiß, daß nicht alles so funktioniert wie in Deutschland, daß es in anderen Ländern anders zugeht, und man ist da ein bißchen flexibler.

F: Worin unterscheidet sich China von anderen Ländern?

W: Das ist schwierig zu sagen, also meine persönlichen Arbeitsbedingungen, die schaffe ich mir selbst. Wir sind hier eigentlich eingezogen, haben das Büro nach unseren Wünschen ausgestattet, eh, wir haben unser Computersystem und wir haben unsere Büroorganisation, also, das unterscheidet sich also nicht sehr von dem, was ich vorher in Brüssel getan habe oder in Berlin oder sonst irgendwo. Natürlich wenn man mit anderen zu tun hat, außerhalb des Büros, da kommt es natürlich zu großen Unterschieden, das liegt an einem Bereich, ich komme aus Deutschland, mit einem Rechtssystem, das seit hundert Jahren relativ hoch

entwickelt ist, wo alles durchreguliert ist, und man einfach in einem Buch nachschlagen kann, was rechtens ist und was nicht rechtens ist, und hier in China hat man es mit einer unglaublich schnellen Entwicklung zu tun. Das Rechtssystem war bis vor wenigen Jahren nur rudimentär vorhanden, das ist an sich noch kein Rechtsstaat in dem Sinne. Aber es entwickelt sich sehr schnell in Richtung eines Rechtsstaats, eh, man muß sich also ständig mit sehr vielen neuen umwälzenden Gesetzänderungen auseinandersetzen, und hat darüber hinaus eben nicht die Gewißheit, daß diese Gesetze auch wirklich angewendet werden, sondern da gibt es noch die Behördenpraxis, und die sieht dann wieder ganz anders aus. Und das ist für uns schwierig zu verstehen, aber es ist nicht so, daß es hier reines Chaos herrscht, sondern man kann die Regeln, die dieses ganze System steuern, kennenlernen, dann muß man sich eben darauf einstellen und dann mit diesem System umgehen lernen.

F: Sie haben also schon einige Erfahrungen mit den Behörden?

W: Jaja.

F: Spielt zum Beispiel das Gesichtskonzept eine Rolle?

W: Diesem Gesichtskonzept, dem messe ich gar keine so große Bedeutung zu, das wird glaube ich auch oft übertrieben. Eh, das äußert sich vielleicht in gemeinsamem Mittagessen, wo dann eben der weniger wichtige Chinese überhaupt nichts sagt und für eine Unterhaltung nicht zur Verfügung steht, sondern man immer nur dem Wichtigsten seine Aufmerksamkeit schenkt. Das weicht ein bißchen von unseren Verhaltensmustern ab. Eh, aber wenn man von den Behörden etwas will, wenn man mit denen verhandelt, dann spielt das Konzept des Gesichts keine Rolle, sollte es auch nicht. Das wird, glaube ich, von den Chinesen auch sehr raffiniert eingesetzt, daß man bestimmte Verhandlungszugeständnisse nicht machen darf, weil man sonst sein Gesicht verlieren würde. Eh, da nehme ich keine Rücksicht darauf und bin damit bisher eigentlich auch gut gefahren.

F: Aber vielleicht spielen Beziehungen eine Rolle?

W: Welche Beziehungen?

F: Ich meine das Netzwerk.

W: Ja klar, ja, ja.

F: Sie müssen hier vielleicht ein Netzwerk aufbauen, seitdem Sie hier arbeiten müssen

W: Auch das wird meines Erachtens übertrieben. Wissen Sie, wir wollen von den Behörden normalerweise auch nichts. Eh, wir stellen unsere Anträge, wenn die Anträge in Ordnung sind, dann bekommt man auch seine Genehmigung, dann brauche ich keine *pengyou* (Freunde) in irgend einer Behörde sitzen haben, eh, damit ich Genehmigung bekomme. Das mag sein, eh daß man vor paar Jahren nur dann einen Antrag einreichen konnte, wenn man dort jemanden kannte, das ist heute völlig anders. Ich habe also damit kein Problem. Die einzigen, die Probleme haben, sind meine chinesischen Kollegen, die Auskünfte von chinesischen Behörden brauchen und oft eben wenig auskunftswillige Behördenvertreter am Telefon haben, da würde es schon helfen, wenn man jemanden kennen würde in der Peoples Bank of China oder bei der Arbeitsverwaltung oder so.

F: Brauchen die Deutschen in China eigentlich wenige Beziehungen in China?

W: Ja, nein, ich sagte nur auf mich selbst bezogen, wenn Sie natürlich ein Unternehmen betreiben wollen, und Sie wollen Maschinen verkaufen, an chinesische Unternehmen, dann brauchen Sie natürlich Beziehungen zu den chinesischen Abnehmern. Und wenn das italienische Unternehmen die besseren Beziehungen hat, dann haben Sie natürlich schlechte Karten. Also ich sehe das jetzt durch die Brille des Anwalts. Wo man Beziehungen braucht oder über Beziehungen etwas erreichen kann, ist, eh wenn man eine bestimmte Genehmigung haben will, die sich sonst schwierig gestalten würde, ehm, aber da muß ich

davor warnen, es gibt eben Behörden, die tun einmal einen Gefallen, und erteilen eine Genehmigung, die mit dem Gesetzesrecht nicht in Einklang zu bringen ist, aber diese Genehmigung hält eben hinterher nicht, die ist illegal und davor kann ich als Anwalt nur warnen. Man kommt auch auf Abwege. Ich habe hier alles erreicht, ohne einen großen starken Freund, absolut ohne Korruption, es ist nicht erforderlich, jedenfalls in meinem Beruf nicht erforderlich. Ich habe keine Ahnung, wie das bei anderen ist. Ich habe auch nie von einem Beamten einen Hinweis bekommen, daß er gerne eine Zuwendung hätte, das gibt es nicht, in meinem Bereich gibt es das nicht.

F: Gibt es Mißverständnisse mit Ihren chinesischen Kollegen, weil Sie einen deutschen kulturellen Hintergrund haben und sie einen chinesischen kulturellen Hintergrund haben?

W: Nein, ich persönlich habe da keinerlei schlechte Erfahrungen gemacht, ich habe aber von vielen schlechten Erfahrungen durch die Kontakte mit hier arbeitenden Deutschen, Europäern und Chinesen gehört. Der Grund, daß wir hier keine Probleme haben, ist höchst wahrscheinlich der, daß wir mit sehr gut ausgebildeten, sehr intelligenten Leuten zu tun haben. Zwei meiner chinesischen Kolleginnen haben auch viele Jahre im Ausland verbracht, die sind schon westlich geprägt, die wissen, daß wir anders sind, aber auch die zwei Kolleginnen, die wir hier haben, die noch nie im Ausland waren, sprechen beide exzellent Englisch und sind beide sehr offen und flexibel, deswegen kommt es da zu überhaupt keinen Mißverständnissen. Wir sind hier ganz direkt und offen. Es hat uns noch nie jemand verlassen, weil es ihm bei uns nicht gefallen hat. Offensichtlich funktioniert es gut, und die Stimmung ist gut.

F: Was hatten Sie vorher durch Bücher oder durch Medien für ein Chinabild?

W: En, nur ein ganz schemenhaftes Bild. Eigentlich hatte ich keine richtige Vorstellung. Es ging auch bei mir zu schnell, das war nicht vor langer Zeit vorbereitet, daß ich jetzt hierher komme. Urplötzlich war klar, daß wir die Lizenz bekommen, ein Büro hier aufzumachen, und ich habe mich von heute auf morgen entschlossen, daran mitzuarbeiten, und dann war ich auch schon in China. Ich hatte wirklich kein besonderes Interesse für China, das war zu weit weg, ich habe mich für die USA interessiert, für Japan auch, muß ich gestehen, aber nicht für China. Jetzt bin ich hier, und es interessiert mich sehr, und ich lese heute alles, was mit China zu tun hat, und bin auch gerne hier.

F: Wie lange würden Sie noch hier bleiben?

W: Das ist jetzt noch offen, vielleicht noch zwei, drei Jahre.

F: Was würden Sie Ihrer Familie, Ihren Freunden in Deutschland über China erzählen? Sie schreiben sicher viele Briefe oder telefonieren oft mit ihnen.

W: Ich habe leider nicht die Zeit dazu, (lachte), Briefe zu schreiben. Ich erzähle von der rasenden Entwicklung in China, von dem Bauboom hier in Shanghai, ich erzähle ihnen, daß trotzdem noch vieles weit zurück ist, die Einkaufsmöglichkeit, die Konsummöglichkeit sind in China weit nicht so hoch entwickelt wie in den USA zum Beispiel oder in Europa, ich erzähle von dem Umweltproblem und natürlich auch von den Verkehrsproblemen, und ich erzähle auch von dem politischen System, das natürlich seine Eigenheit hat.

F: Sie haben die beschränkte Konsummöglichkeit erwähnt. Man kann eigentlich in Shanghai auch das bekommen, was man zum alltäglichen Leben braucht, was meinen Sie?

W: Also das, was man braucht, bekommt man, das ist ganz klar. Auch das, was man als Europäer gern hätte, zum Essen, zum Beispiel, das ist kein Problem, aber einen ordentlichen Anzug, einen schönen Mantel, oder derart, das fehlt noch.

F: Wie ist es mit dem Abendleben?

W: Das ist für Shanghai, eine 15-Millionenstadt sehr klein, aber es ist ausreichend mittlerweile.

F: Inwiefern unterscheiden sich die Chinesen und die Deutschen, die Verhaltensmuster?

W: Ja gut, da habe ich natürlich nur eingeschränkten Einblick. Ich höre da unheimlich schlimme Geschichten. Aber ich kann nur aus meiner Erfahrung berichten. Meine Erfahrung ist, daß Chinesen sich nicht übermäßig einsetzen für ihren Beruf, daß sie zwar ihre Arbeit tun, auch sehr gut, aber nicht darüber hinaus eigene Initiative eingreifen. Wobei es auch da Ausnahmen gibt. Aber in aller Regel habe ich den Eindruck, daß die Leute, daß man ihnen sagen muß, was sie tun sollen und wenn man ihnen genau erklärt, wie sie es zu tun haben, dann funktioniert es auch. Es kommt immer darauf an, wer, und wie sie es machen. Wir haben zum Beispiel eine Buchhalterin, die arbeitet völlig selbständig, ich habe damit überhaupt nichts zu tun, und das macht sie praktisch seit dem ersten Tag.

F: Wie beurteilen Sie Ihre Zusammenarbeit mit Ihren chinesischen Mitarbeitern? Zufrieden, mittelmäßig, gut oder sehr gut?

W: Sehr gut, sehr gut, ich hab überhaupt keine Probleme damit.

F: Unterhalten Sie auch sehr gern mit Chinesen in Ihrer Freizeit?

W: (Lachte). Das kommt auf den Chinesen an. Also die Chinesen, die wir hier im Büro haben, mit denen ich mich gut verstehe, mit denen wir auch mal abends zusammen zum Essen gehen, oder etwas zusammen unternehmen, mit denen bin ich sehr sehr gern zusammen, oder wir essen auch hier zusammen mittag, das finde ich auch sehr interessant, was die erzählen, aber gut, es gibt natürlich Leute, die kennt man nur ein bißchen, das ist aber kein Unterschied zu den Westlern, auch da gibt es Leute, die man mehr mag und Leute, die man weniger mag.

F: Glauben Sie, daß es durch kulturelle Unterschiede Kommunikationsprobleme gibt?

W: Ich glaube schon. Leute, die an Ausländer nicht gewöhnt sind, und in ihrer chinesischen Welt verharren, und erwarten, daß man nach diesen Regeln, die man nicht kennt, spielt, das geht natürlich schief. Das kann nicht funktionieren.

F: Haben Sie typische Mißverständnisse mit Chinesen erlebt?

W: Nein, es gibt kein typisches Mißverständnis. Es kommt natürlich immer wieder zu Mißverständnissen. Aber ich habe nicht den Eindruck, daß es jetzt etwas Außergewöhnliches ist. Das Hauptproblem ist die Sprache, nicht die unterschiedliche Kultur. Ich kann also mit chinesischen Anwälten völlig normal arbeiten, genau so wie ich mit einem französischen Anwalt oder einem italienischen.

F: Kennen Sie die chinesischen Mentalität?

W: Nein, das glaube ich nicht.

F: Aber trotzdem können Sie mit Chinesen gut zusammenarbeiten?

W: Ja, glaube ich. Also ich habe nicht den Eindruck, daß ich hier die Feinheiten der chinesischen Psyche zu erforschen habe, um mit Chinesen normal kommunizieren zu können. Wenn die Chinesen eine gewisse Offenheit, Flexibilität an den Tag legen, dann müßte das möglich sein. Ich habe bisher auch kein Problem gehabt. In Deutschland gibt es irgendwelche Kulturschulungen, da verdienen viele Leute, die davon nichts verstehen, sehr viel Geld. Ich halte das, gut nicht für falsch, wenn man sich damit beschäftigt, aber ich halte das für falsch, das zu überbetonen. Wenn man sich hier vernünftig verhält, man darf nicht

als der arrogante Westler auftreten, als der Kolonialherr oder sonst irgendeine seltsame Rolle einnehmen. Wenn man sich ganz normal als Geschäftsmann verhält, der die Chinesen respektiert und freundlich behandelt, dann hat man hier keine Schwierigkeiten, da muß ich aber jetzt nicht die chinesische Psyche in ihrer tiefsten Tiefe verstehen. Ich habe den Eindruck, daß manche Bücher und Schulungen die Leute eher verderben, daß sie sich krampfhaft bemühen nach diesen Regeln zu leben und bei Chinesen auf Unverständnis stoßen. Denn die Chinesen gehen zunächst davon aus, daß ein Ausländer sich wie ein Ausländer verhält, und nicht wie ein Chinese. Und wenn ich hierher komme und versuche, der beste Chinese zu sein, um mich chinesischer zu verhalten als die Chinesen, dann werde ich nur auf Unverständnis stoßen.

F: Haben Sie Probleme mit der chinesischen Höflichkeit?

W: Normalerweise funktioniert das mit der Höflichkeit ganz gut. Leute, die von einem etwas erwarten und ein Geschäft machen wollen, die sind sehr höflich, das fängt mit dem Taxifahrer an und hört bei einem Leiter irgendeiner Developmentzone auf. Leute, die nichts von einem wollen, die können auch sehr unhöflich und sehr abweisend sein. Zum Beispiel Behördenvertreter, oder wenn man jemanden auf der Straße fragt, da werden manchmal nicht die geringsten Formen gewahrt. Das ist aber nicht gegen Ausländer gerichtet.

F: Inwiefern lohnt sich das China-Engagement?

W: Für mich?

F: Ja.

F: Für mich persönlich ist es eine enorme interessante Erfahrung, hier zu sein, in diesem fremden Land, mit diesen andersartigen Leuten zu tun zu haben und dennoch festzustellen, daß es funktioniert, das ist schon toll. Und ich bin persönlich durch meine Aufgabe sehr gefordert, weil ich dieses Büro aufbauen muß, das ist schwierig, das fordert mich als jungen Mann viel heraus.

F: Sie sind ohne Familie hierher gekommen?

W: Ja. Grundsätzlich halte ich es schon besser, wenn man mit Familie hierher kommt, und auch mit Kindern. Es ist natürlich für Frauen, die keinen Beruf hier finden, langweilig, die haben nichts zu tun. Es gibt ein paar Ausnahmen, die können sich bestens beschäftigen, aber die meisten leiden unter der Einsamkeit.

F: Haben Sie Probleme unter den Chinesen wegen Ihres jungen Alters?

W: Nein. Ich habe bisher keinen Nachteil. Das kann sicher helfen, wenn ich 20 Jahre älter wäre, es könnte helfen, ich hätte sicher mehr Überzeugungskraft. Das ist aber ganz normal, das ist auch in Deutschland so.

F: Sind die Sinologen die geeigneten Leute für China?

W: Also ich denke, die Fachkompetenz sollte zuerst kommen, dann die Sprachkompetenz. Sinologie ist ja nicht nur die Sprache, sondern auch die ganze Kultur. Ich sehe hier oft, daß Sinologen zu Generalmanagern gemacht werden, das kann ja nur schief gehen, die wissen nicht, wie man so ein Unternehmen leitet. Die wissen nicht, worauf es ankommt. Das Einzige, was die können, ist die Sprache, und das reicht eben nicht. Wenn Sie sich die erfolgreichen ausländischen Unternehmen hier anschauen, die meisten Generalmanager sprechen kein Wort Chinesisch.

F: Wir haben vorher das China-Engagement erwähnt, jetzt nicht für Ihre Persönlichkeit, sondern für die deutsche Wirtschaft, für deutsche Unternehmen, ist es sinnvoll, nach China zu kommen?

W: Das ist in dem Moment sinnvoll, in dem man Profit macht, und sehr viele Unternehmen machen keinen Profit. Deswegen ist es schon richtig, diese Frage aufzuwerfen. Ich glaube, es ist für ein wirklich international- globaltätiges Unternehmen keinen Weg an China vorbei gibt. Jeder muß hier versuchen, Fuß zu fassen, muß eine Präsenz aufbauen, um für die künftige Entwicklung des Marktes, die heute noch nicht ausreichend stattgefunden hat, die aber zu erwarten ist, denn in China entwickelt sich rasant, gerüstet zu sein und dann an dieser Entwicklung teilhaben zu können. Es ist hier nicht nur ein kurzfristiges Engagement in China, mit dem man erhofft, innerhalb von wenigen Jahren sehr viel Gewinn zu machen, das wird scheitern, aber wenn man ein strategisches Investment vornimmt, um an der künftigen Entwicklung teilzunehmen, dann ist es sicher sinnvoll. Und es kommt auch immer auf Ihre Produkte an. Wir haben hier Unternehmen, die kommen hierher, und verdienen nach drei Wochen Geld, und wir haben Unternehmen, die verdienen nach fünf Jahren noch kein Geld. Sie müssen auch mit dem richtigen Produkt hierher kommen. Das ist völlig unabhängig davon, wie groß Ihre Firma ist, sondern hängt allein von dem Produkt ab. Mit jeder Größe würden Sie einen Konkurrenten finden. Man kann auch als keines Unternehmen nach China kommen und mit bestimmten Produkten, die hier gefragt sind, sehr erfolgreich sein.

F: Welche Kompetenz sollte man haben, um hier zu arbeiten?

W: Das Wichtigste ist Flexibilität und Toleranz, man kann nicht hierher kommen und erwarten, alles so vorzufinden, wie es in Deutschland ist, wenn Leute nicht bereit sind, sich auf etwas Neues einzulassen, etwas Neues auszuprobieren, dann werden sie hier Schwierigkeiten haben. Wenn jemand sagt, ich esse nur deutsches Essen, ich möchte jeden Morgen im Wald jog gehen, sonst gefällt mir mein Leben nicht, dann ist er hier sicher falsch. Man muß bereit sein, das morgentliche Jogging einzutauschen gegen ein Fitnesscentre in Hotel Hilton, da, gewisse Flexibilität muß da sein. Wenn jemand es nicht ertragen kann, daß der Verkehr hier anders abspielt als in Deutschland, wenn er diese Leute am liebsten bei der Polizei anzeigen würde oder erschießen würde, wenn sie ihn überholen, dann ist er hier auch falsch. Es muß eine gewisse Toleranzbereitschaft da sein, man muß sagen, die Chinesen verhalten sich anders, sie verhalten sich auch gegen unsere Regel, so sind sie halt, dann akzeptiere ich es halt.

F: Was sollte man beachten, wenn man mit Chinesen sprechen will? Soll man immer die Atmosphäre zunächst erwärmen, und nicht zu direkt zur Sache kommen?

W: Ja, das kommt darauf an, mit wem man es zu tun hat, wenn ich mit einem Verhandlungspartner zusammensitze, der ein anderes Unternehmen vertritt, und ich möchte eine ganz bestimmte Sache von ihm, dann muß ich das Ganze vielleicht ein bißchen anwärmen, man unterhält sich eine Weile, und kommt dann zur Sache. Man hat natürlich auch ganz andere Gesprächspartner, die haben auch noch andere Termine, da kommt man gleich zur Sache, das kommt auf die Situation an.

F: Verstehen Sie die Chinesen?

W: Nein. Gut, ich habe unterschiedliche Erfahrungen gemacht, ich habe Mitarbeiter, die sagen, was sie meinen, aber ich habe auch andere Beispiele, wo ich nach längerer Erklärung immer noch nicht weiß, was sie meinen, oder ich weiß überhaupt nicht, wenn ich jemanden bitte, das mag innerhalb des Büros, und er sagt ja, und kann ich überhaupt nicht sicher sein, daß er wirklich verstanden hat, was ich will und das dann tut, das kann sein, daß er „Ja“ sagt, und nicht verstanden hat und gar nichts tut, und man verläßt sich darauf. Als Deutscher sagt man: „Wie bitte?“, „Kannst du noch mal erklären?“, oder man sagt, „Nein, ich tue das nicht.“ Aber das ist nicht immer der Fall in China. Ich habe große Schwierigkeiten, die

Chinesen zu verstehen, und hier, die Leute, mit denen ich zusammenarbeiten, die kenne ich ja gut, da weiß ich genau, wie genau ich etwas erklären muß, oder ob jemand mehr Erklärung braucht.

F: Kennen Sie Leute, die wirklich große Probleme mit Chinesen haben?

W: Ja, viele, es gibt viele (lachend). Sie sollen meinen Freund anrufen. Der ist derjenige in der deutschen Gemeinschaft, der am interessantesten über seine Erfahrungen mit Chinesen erzählt hat. Er ist ein Ingenieur von der Firma Robert Bosch GmbH. Der hat ganz andere Erfahrungen als ich. Er ist schon zwei Jahre hier, und hat sehr viel mit Chinesen zu tun. Die, die normalerweise nicht im Alltag direkt mit Chinesen zusammenarbeiten, sehen es vielleicht auch ein bißchen lockerer an. Viele Probleme gibt es gar nicht. Wenn man aber in der Fabrikhalle mit zwanzig Chinesen steht, und die tun das einfach nicht so, wie man sich das vorstellt, und sind lustlos, dann kommt es zu Spannungen.

(Ende der Aufnahme)

Im folgenden werde ich versuchen, aus den Aussagen meines Interviewpartners seine Erfahrungen zur Kommunikation mit Chinesen zusammenzufassen und die angesprochenen Probleme und deren Einfaktoren analysieren.

Wie die Mehrheit der befragten Deutschen sprach Herr Wien kaum Chinesisch, er benutzte Englisch in seiner Kommunikation mit Chinesen. Er hatte bei seiner Arbeit hauptsächlich mit englischsprechenden Chinesen zu tun. Direkte Kommunikation mit nicht-englischsprechenden Chinesen hatte er kaum oder nur durch einen Dolmetscher. Mit seinen chinesischen Kollegen in der Kanzlei, die alle entweder „*westlich geprägt sind*“ oder „*exzellent Englisch sprechen*“, erlebte er nach seiner Angabe keine Kommunikationsprobleme. Auch mit chinesischen Anwälten könne er „*normal arbeiten*“. Daraus zog er die Folgerung: „*Das Hauptproblem ist die Sprache, nicht die unterschiedliche Kultur*“. Er maß dem chinesischen Gesichtskonzept „*keine so große Bedeutung zu*“ und war damit „*eigentlich auch gut gefahren*“. Er glaubte, wenn die Chinesen „*eine gewisse Offenheit, Flexibilität an Tag legen*“, brauche man dann „*keine Feinheiten der chinesischen Psyche*“ zu erforschen, um mit Chinesen „*normal kommunizieren zu können*“.

Auf der anderen Seite gab er zu, daß man doch die chinesische Sprache brauche, einerseits für die Arbeit, wenn man Joint-Venture Verhandlungen hätte oder mit Behörden verhandeln müsse, andererseits für die Integration in China. Aufgrund der Tatsache, daß nur sehr wenige Chinesen ausreichend Englisch sprechen, so daß „*eine normale Unterhaltung möglich wäre*“, hatte er keine chinesischen Freunde. Er war sicher, daß er sich besser

integrieren würde, wenn er Chinesisch sprechen könnte. Er bestätigte, daß er die chinesische Mentalität nicht kannte, und nur einen „*eingeschränkten Einblick*“ in die chinesischen Verhaltensmuster hatte. Er hätte auch „*große Schwierigkeiten, die Chinesen zu verstehen*“. Er glaubte schon, daß Kommunikationsprobleme durch kulturelle Unterschiede verursacht werden könnten, insbesondere in Situationen, in denen Chinesen „*in ihrer chinesischen Welt verharren und erwarten, daß man nach diesen Regeln, die man nicht kennt, spielt*“. Von anderen Deutschen hatte er aber „*viele schlechten Erfahrungen*“ gehört, besonders von denjenigen, die sehr viel direkt mit nicht-englisch- bzw. nicht-deutschsprechenden Chinesen zu tun haben. Er selbst hatte die Erfahrungen gemacht, daß Chinesen „Ja“ sagen, auch wenn sie nicht verstanden haben oder nicht bereit sind, etwas durchzuführen. In dieser Hinsicht glaubte er Kommunikationsprobleme mit Chinesen zu haben.

Herr Wien hatte in seinen Aussagen drei wichtige Einflußfaktoren der Kommunikation angesprochen: die Sprache (auch die Sprachkenntnisse), die Kultur und die Unterschiede in den Kommunikationskonventionen. Die Voraussetzung dafür, daß Herr Wien mit einigen Chinesen problemlos kommunizieren und damit er auch seine Aufgabe in China ausführen konnte, war das Vorhandensein eines gemeinsamen Kommunikationsmittels zwischen ihm und seinen chinesischen Kommunikationspartnern, nämlich die englische Sprache. In seiner Kanzlei, wo er fast nur positive Erfahrungen erlebte, orientierten sich alle Kommunikationsteilnehmer eindeutig nach den westlichen Kulturstandards, wobei es hier nicht klar ist, ob sich die westlichen Kulturstandard um die deutschen, die britischen oder die amerikanischen Kulturstandards handelt. Es scheint also, so lange Deutsche und Chinesen durch eine gemeinsame Sprache kommunizieren können, ist eine Zusammenarbeit möglich. Für Deutsche sind deswegen die chinesischen Sprachkenntnisse keine unentbehrliche Voraussetzung für einen Einsatz in China, umgekehrt sind Deutschkenntnisse für Chinesen auch nicht unbedingt erforderlich für ihre Zusammenarbeit mit Deutschen. Diese Aussage sollte hier jedoch keinesfalls als ein endgültiges Urteil über die Bedeutung der Sprachkenntnisse in der deutsch-chinesischen Wirtschaftskommunikation verstanden werden. Erst anhand des gesamten Datenmaterials kann ich die am Anfang der Arbeit gestellte Frage zur Rolle der Sprache und Sprachkenntnisse in der gesamten Problematik der Kommunikation zwischen deutschen Expatriates und Chinesen beantworten.

Wie der Fall von Herrn Wien gleichzeitig zeigt, eine Kommunikation zwischen Deutschen und Chinesen, die auf der Basis einer gemeinsamen dritten Sprache geschieht, hat ihre Beschränktheit und bringt Probleme mit sich. Erstens beschränkt sich solche Kommunikation in der Regel nur auf der geschäftlichen Ebene, beide Seiten haben in diesem Sinne wortwörtlich nur eine gemeinsame „Geschäftssprache“. Ohne Kenntnisse der chinesischen Sprache hatte Herr Wien außer den Kontakten mit seinen Kollegen in der Kanzlei und seinen Geschäftspartnern kaum noch andere Kommunikationsmöglichkeiten mit anderen Chinesen, weil einerseits, wie Herr Wien sagte, nur wenige Chinesen sehr gutes Englisch sprechen, und andererseits Englisch auch für ihn nur die zweite Sprache ist, und *„wenn es wirklich darauf ankommt, ein persönliches Gespräch zu führen, dann würde man auf Deutsch zurückgreifen, weil sich man im Deutschen viel sicherer fühlt“*.²⁷ Dadurch lebte er de facto in einer kleinen „westlichen Welt“. Von einer Integration kann gar keine Rede sein. Daher bekam er nur einen sehr eingeschränkten Einblick in die chinesische Kultur. Daraus resultiert, daß er sich in der Kommunikation mit Chinesen, die er persönlich nicht gut kannte, unsicher fühlte oder auch ein „großes“ Problem hatte, *„Chinesen zu verstehen“*. Denn auch wenn ein Chinese mit ihm auf Englisch kommuniziert, ist nicht ohne weiteres klar, welcher kulturelle Standard hier gilt. Sein Problem mit dem chinesischen „Ja“ ist ein Beispiel dafür, daß man ein Wort buchstäblich versteht und trotzdem die wirkliche Bedeutung oder Funktion des Wortes nicht begreifen kann. Solche Situationen kommen sehr oft in der interkulturellen Kommunikation vor. Wie viele Untersuchungen der Kommunikationsethnographie zeigen, ist außersprachliches soziokulturelles Wissen für die Kommunikation ebenso wichtig wie das sprachliche Wissen.

Da eine direkte verbale Ablehnung einer Aufforderung nach dem chinesischen Kulturstandard in der Regel als ein grobes Benehmen zu verstehen ist, und den Gesichtsverlust von beiden Kommunikations- bzw. Interaktionspartnern bedeutet, würde ein Chinese selten ein direktes „Nein“ sagen, besonders nicht zu denjenigen, mit denen man Beziehungen im Sinne von *guanxi* aufrechterhalten möchte.²⁸ Aus seinen Aussagen kann man zwar feststellen, daß Herr Wien den unterschiedlichen Sprachgebrauch von „Ja“ und „Nein“ im Deutschen und im Chinesen als ein Kommunikationsproblem erlebte, es jedoch

²⁷ Interview in Shanghai am 25.02.99.

²⁸ Zum chinesischen Gesichtskonzept siehe Kap. 4.4.3. Zur soziokulturellen Bedeutung von dem Begriff *guanxi* siehe Kap. 4.6.3. Näheres zur Bedeutung von *guanxi* und zu Unterschieden zwischen dem deutschen und dem chinesischen Gesichtskonzept vgl. Kuhn/Ning/Shi 2001.

unklar bleibt, ob dieser kulturbedingte Unterschied von Kommunikationsstrategien von ihm als einen Kulturunterschied wahrgenommen wurde. Seine Aussage „das Hauptproblem ist die Sprache, nicht die unterschiedliche Kultur“ deutet jedoch darauf hin, daß er dem kulturellen Einfluß auf die Kommunikation keine große Bedeutung zumaß.

Ob Herr Wien Kommunikationsprobleme mit Chinesen hatte oder nicht, kam nach seiner Ansicht vor allem „auf den Chinesen an“, mit dem er kommunizierte. Nach seiner eigenen Meinung hatte er keine Probleme in seiner Kanzlei in Shanghai, und den Hauptgrund dafür sah er darin, daß er nur mit englischsprechenden und „mit sehr gut ausgebildeten, sehr intelligenten Leuten zu tun“ hatte. In dieser Hinsicht ist sein Fall ein Glücksfall. Es sei aber anzunehmen, daß nicht alle seiner deutschen Landleute in China so „glücklich“ sind. Im folgenden werden wir die Kommunikationsprobleme von den „weniger glücklichen“ Expatriates anschauen.

4.2 „Sprache ist die Barriere zwischen Ausländern und Chinesen“²⁹

Da im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich ist, jeden einzelnen Fall der befragten Deutschen zu analysieren, werde ich nun aufgrund der Analyse des gesamten Datenmaterials die markantesten Probleme bzw. Einflußfaktoren der Kommunikation zwischen deutschen Expatriates und Chinesen aus der Sicht der Befragten darstellen und anschließend analysieren.

4.2.1 Überblick über die Fremdsprachenkenntnisse der Befragten

Die Mehrheit der befragten deutschen Expatriates nannte die sprachliche Barriere und nicht die Kulturunterschiede als die größte Hürde für die Kommunikation mit Chinesen. Dies läßt sich sehr wahrscheinlich dadurch erklären, weil über die Hälfte der befragten Deutschen in China überhaupt kein Chinesisch sprach, und nicht einmal ein Viertel der Befragten über Grundkenntnisse der chinesischen Sprache verfügte.

²⁹ Zitiert aus einem Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 09.03.99.

Tabelle 2: Sprachkenntnisse der befragten Deutschen in China

	Zahl der Personen	Prozent
Sinologen	9	16%
Mit Grundkenntnissen	14	24%
Ohne Grundkenntnisse	35	60%

Die folgende Statistik über die benutzte Geschäftssprache der befragten deutschen Expatriates entspricht den Verhältnissen der Sprachkenntnissen. Da einige Befragte zwei Geschäftssprachen nannten, wurde hier anstelle der Zahl der Personen die Zahl der Nennungen angegeben:

Tabelle 3: Benutze Geschäftssprache der befragten Deutschen in China

	Zahl der Nennungen	Prozent
Chinesisch	10	15%
Deutsch	21	30%
Englisch	38	55%

Diese Zahlen zeigen, daß Chinesischkenntnisse für den Einsatz in China bisher nicht vorausgesetzt wurden. Dies bedeutet jedoch nicht, daß Fremdsprachenkenntnisse für die interkulturelle Wirtschaftszusammenarbeit unwichtig sind, sondern es hat m.E. vor allem damit zu tun, weil über 50% der befragten deutschen Expatriates in 100prozentigen deutschen Tochterunternehmen oder deutschen Niederlassungen arbeiteten, deren chinesischen Mitarbeiter in der Regel entweder Englisch oder Deutsch sprechen können.

Da nahezu alle deutschen Befragten sich zur Bedeutung der Sprache bzw. Sprachkenntnisse äußerten, werde ich demnächst aufgrund der Analyse des gesamten Datenmaterials die Frage zur Bedeutung der Sprache und Sprachkenntnisse in der Kommunikationsproblematik zwischen deutschen Expatriates und Chinesen beantworten.

4.2.2 Bedeutung der Sprache und Sprachkenntnisse

Um die Antwort für die obige Frage zu finden, glaube ich, zunächst die folgenden drei Fragen beantworten zu müssen:

1. Warum gab es so viele deutsche Expatriates, die die Sprache ihres Einsatzlandes nicht beherrschten?

2. Welche konkreten Probleme hatten die Nicht-Chinesisch-Sprecher in China?
3. Lohnt es sich für deutsche Expatriates, Chinesisch zu lernen? Wenn ja, wie und wie lange sollte man die Sprache lernen?

Zur Frage 1: „Warum gab es so viele deutsche Expatriates, die die Sprache ihres Einsatzlandes nicht beherrschten?“

In den Interviews wurden sowohl subjektive als auch objektive Gründe für das Nichtlernen der chinesischen Sprache gegeben. Die objektiven Gründe lauteten: a) Man hätte keine Zeit dafür, die Sprache vor dem Einsatz in China zu lernen. In der Regel lägen bei den Befragten nur wenige Monate zwischen der Entscheidung über den Chinaeinsatz und der Einreise. In drei Fällen blieben sogar nur eine oder zwei Wochen Zeit für die Vorbereitung. In diesem Zeitraum mußten alle Formalitäten für den Auslandseinsatz erledigt und auch der Umzug organisiert werden. Es versteht sich von selbst, daß die meisten von ihnen es nicht schafften, die chinesische Sprache vor dem Einsatz zu lernen. b) Es würde von der Seite der Firma in der Regel nicht angeboten, einen Sprachkurs zu besuchen. Es gab unter den Befragten insgesamt nur vier Fälle, bei denen die Befragten und ihre Partner (Ehefrau) vor dem Einsatz zu einem mehrwöchigen Intensivkurs für Chinesisch geschickt wurden. Einem anderen Befragten wurde angeboten, einen dreiwöchigen Englischkurs in England zu besuchen. c) Man hätte keine Energie mehr für das Lernen nach dem Feierabend. Typische Aussagen sind:

„Die Zeit ist nicht dazu da. Man kann auch abends nichts mehr machen, der Kopf ist einfach zu voll.“³⁰

„... aber wie gesagt, im alltäglichen Leben, wo man ein stressvoller Computermann ist, und abends noch die Sprache lernen, ist sehr schwierig.“³¹

Die befragten Deutschen meinten, sie hätten wenig Freizeit beim Chinaeinsatz, weil sie entweder unter Zeit- und Erfolgsdruck stünden oder ihre Arbeitsabläufe vom Stammhaus in Deutschland abhängig seien. Wegen der sieben Stunden Zeitverschiebung müßten sie praktisch immer nach Feierabend noch im Büro bleiben, wenn sie Informationen von deutschen Kollegen bekommen wollten.³² Von daher hätten sie auch kaum Zeit, die Sprache zu lernen.

³⁰ Interview in Shanghai am 14.10.97.

³¹ Interview in Beijing am 12.03.99.

³² Im Sommer gibt es wegen der Sommerzeit nur 6 Stunden Zeitverschiebung.

Einige Befragte lehnten jedoch vor allem aus subjektiven Gründen das Lernen der Sprache ab. Sie glaubten, die chinesische Sprache sei einfach zu schwierig, man brauche „zu viele Jahre dafür“, und es lohne sich für einen Einsatz, der durchschnittlich drei Jahre dauert, nicht, weil man auch mit Englisch auskommen könne:

F: Sie haben den Eindruck, daß es nützlich ist, wenn man Chinesisch kann, wenn man hierher kommt?

A: Ja.

F: Also würden Sie dann jemandem raten, Chinesisch zu lernen, bevor er hierher kommt?

A: Dann würde er nie hierher gehen. Wenn man sagt, man will Chinesisch lernen, vorher, dann ist der Job nicht mehr da. Entweder man lernt es auf der Universität, oder man lernt es nebenbei irgendwie, oder gut, ich habe die Fähigkeit, leicht mal dahin zu gehen, nebenbei braucht man auch noch eine Fachausbildung für irgend etwas, daß man hierhin gehen kann. Nur Chinesisch können, ist zu wenig. Da kann man nicht viel mehr als Dolmetscher zu arbeiten und das ist zu teuer, da gibt es viel zu viele Chinesen, die mittlerweile Deutsch, Englisch oder sogar Französisch sprechen. Ich würde nicht empfehlen, vorher Chinesisch zu lernen, wenn man es kann, ist es sehr gut, aber ich würde es nicht empfehlen, es kostet zu viel Zeit, Sie brauchen zu viele Jahre dafür. Sie sollten sehr gut Englisch können.³³

Ein Gesprächsauszug aus einem anderen Interview:

F: Würden Sie sagen, daß man Chinesisch lernen sollte?

A: Also, für meine Position ist es nicht notwendig, es ist, wie ich vorher sagte, schön. Für das tägliche Leben sowieso. Auch für die Chinesen, gibt es dann eine gewisse Anerkennung, daß man ganz lange dort war. Man braucht halt auch einen gewissen Aufwand, um die Sprache zu beherrschen und da ist halt dann die Frage, ob sich das lohnt für einen dreijährigen Aufenthalt. Bei Englisch zum Beispiel, da sieht das anders aus, aber für Chinesisch, also, für mich jetzt als Person, habe ich es verneint.³⁴

Wie die beiden Beispielsaussagen zeigen, auch diejenigen, die sich für das Nichtlernen der Sprache entschieden, gaben zu, daß Sprachkenntnisse in mehrerer Hinsicht nützlich sind.

Ein anderer Grund dafür, daß man die Sprache nicht lernen wollte, war, daß man glaubte, Sprache sei nicht der entscheidende Faktor für den Erfolg in China, „die Fachkompetenz soll zuerst kommen, dann die Sprachkompetenz“.³⁵ Es gäbe viele Ausländer, die die Sprache nicht können und trotzdem in China sehr erfolgreich seien; und „es gibt genau so gut

³³ Interview in Beijing am 15.03.99.

³⁴ Interview in Beijing am 17.03.99.

*Ausländer, die die Sprache können, und hier nicht zurechtkommen.*³⁶ Außerdem glaubten manche wie der folgende Befragte, daß man auch mit den Sprachkenntnissen die chinesische Denkweise nicht besser verstehen würde:

F: Können Sie Chinesisch?

H: Nein, gar nicht.

F: Die Sprachkenntnisse würden Ihnen vielleicht helfen, die Denkweise der Chinesen besser zu verstehen.

H: Es würde mir vielleicht helfen, die Chinesen besser zu verstehen, rein verbal, aber ich glaube nicht, daß es mir helfen würde, die Denkweise zu verstehen. Ich habe kein Problem mit der Kultur, sondern mit den unterschiedlichen Denkweisen. Diese ganze Denkstruktur, die Logik in China ist anders aufgebaut wie in der westlichen Hemisphäre.

Obwohl 60% der Befragten nicht über chinesische Sprachkenntnisse verfügten, und 55% der Befragten Englisch als Geschäftssprache benutzten, schätzten jedoch insgesamt ca. 65% der Befragten die Sprachkenntnisse als hilfreich für ihre Arbeit ein, andere 11% bewerteten chinesische Sprachkenntnisse sogar als notwendig für einen Einsatz in China, nur 24% der Befragten glaubten, Sprachkenntnisse seien unnötig für ihre Arbeit.³⁷ Wenn man die Zahlen miteinander vergleicht, kann man feststellen, der Hauptgrund dafür, daß es unter den befragten deutschen Expatriates nur wenige Chinesisch-Sprecher gab, war nicht, daß die Nicht-Chinesisch-Sprecher die Sprache bzw. Sprachkenntnisse nicht für nützlich hielten, sondern es lag daran, daß viele glaubten, daß sie entweder durch einen Dolmetscher oder mit dem Englischen in bestimmten Maßen auskommen konnten, oder wie der folgende Befragte sagte, daß ihnen die Gelegenheit bzw. die Möglichkeit nicht gegeben wurde, die Sprache zu lernen:

F: Ist es [das Beherrschen der Sprache] für Ihre Arbeit nicht nötig?

*A: Es ist sehr nötig, man bekommt eben nicht die Gelegenheit, sich genügend vorzubereiten. Man ist immer darauf angewiesen, einen verlässlichen und vertraulichen chinesischen Mitarbeiter zu haben, der übersetzen und erläutern kann, auch in den Zusammenhängen der Politik und Wirtschaft.*³⁸

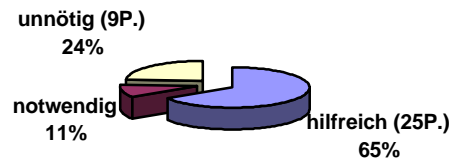
³⁵ Interview in Shanghai am 26.09.97.

³⁶ Interview in Shanghai am 29.09.97.

³⁷ Nach der Studie der Wirtschaftssinologin Kerstin Nagels, die auf einer Befragung im Jahr 1994 unter Deutschen in China basierte, bewerteten 65% der befragten Deutschen chinesische Sprachkenntnisse als notwendig oder hilfreich (43% als notwendig/gut, 22% als hilfreich), 19% als unerlässlich, und nur 16% als unnötig. Daß bei ihr der Anteil der Befragten, die die Sprachkenntnisse als unerlässlich bzw. notwendig hielten, höher ist als bei meiner Untersuchung, liegt sehr wahrscheinlich daran, daß bei ihr 69% der Befragten in Joint-Ventures und Entwicklungsprojekten arbeiteten. Vgl. Nagels 1996: 26 u. 61.

³⁸ Interview in Shanghai am 16.09.97.

Abbildung 1: Bewertung der Sprachkenntnisse für die Arbeit in China³⁹



Stichprobe: 35 Personen

Zur Frage 2: „Welche konkreten Probleme hatten die Nicht-Chinesisch-Sprecher in China?“

Probleme bei der Arbeit

Die Befragten, die Chinesisch nicht sprechen konnten, kommunizierten entweder mit Hilfe des Englischen oder durch einen Deutsch- bzw. Englisch-sprechenden Dolmetscher mit Chinesen. Es gibt selten Fälle, bei denen ein deutscher Expatriate direkt auf Deutsch mit chinesischen Fachleuten kommunizieren konnte. Daß eine Kommunikation durch eine dritte Sprache oder eine dritte Person bei der Arbeit nicht einfach ist, veranschaulichen die folgenden drei Auszüge aus den Interviewgesprächen:

Auszug 1:

F: Was war schwierig am Anfang?

A: Am Anfang, ich sag mal die Kommunikation. Das Problem ist, ich habe nur einige Kollegen, die gutes Englisch sprechen, und der Rest spricht nur Chinesisch, und wenn dann hochtechnische Dinge besprochen wird, dann wird es schon schwierig, weil mein Englisch auch nicht sehr gut ist, eigentlich nur Schulenglisch. Also ich spreche mit einem Chinesen, der auch nicht so gutes Englisch spricht, dann kommt am Ende etwas ganz anders raus. Aber es verbessert sich mit dem Training.⁴⁰

Auszug 2:

F: Und Ihre Geschäftssprache ist Englisch oder...?

A: Ja. Also Englisch und Chinesisch, also Geschäftssprachen sind beide.

F: Und Chinesisch zählt, oder beide?

³⁹ Für das Freizeitleben waren die Befragten einheitlich der Meinung, daß Sprachkenntnisse auf jeden Fall „nützlich“ sind.

⁴⁰ Interview in Jiangyin (Provinz Jiangsu) am 12.04.99.

A: Also bei den Verträgen sind beide Sprachen gleichrangig, wenn es zum Streit käme, dann gilt Chinesisch.

F: Beim Streit.

A: Ja, das ist meistens so, ja, das ist ja normal, wir sind in China und nicht sonstwo. Das ist ganz klar. Nur, ich meine, es ist schon ein Thema, ich sag das mal bei dieser Gelegenheit, wenn wir Fachleute reinbringen, dann sind das Fachleute und keine Sinologen, ja, Sinologen können helfen mit der Kommunikation, aber die Fachleute sprechen halt nur Englisch und deshalb müssen wir für unsere chinesischen Mitarbeiter bei einem JV auch erwarten, daß die Englisch lernen. Und bei Abteilungsleitersitzungen und solchen Geschichten, da wird halt Englisch gesprochen. Und zunehmend ist auch die andere Seite dazu in der Lage, das aufzunehmen. Ansonsten behelfen wir uns halt mit Dolmetschern. Was natürlich auch aufhält. Sie haben, jemand sagt 10 Minuten lang was und dann müssen Sie noch mal 10 Minuten lang dolmetschen, im Zweifel werden es dann 15 Minuten, weil der Dolmetscher nicht ganz so qualifiziert ist und dann muß man erst noch mal an den Gesichtern der Gegenseite ablesen, ob der das auch wirklich richtig rüber gebracht hat. Sie wissen, wenn Sie einen Witz erzählen und die Gegenseite, da verzieht sich kein Muskel im Gesicht, dann wissen Sie, daß der Dolmetscher vielleicht irgendwas falsch gemacht hat.⁴¹

Auszug 3:

„Ja, der Sekretärin kommt ja auch noch eine wichtige Aufgabe zu, zum ersten ist eine Sekretärin ja vielmehr als nur eine Übersetzerin. Das ist auch ein Riesenproblem in unserem Unternehmen, wir hatten ein Jahr lang einen Englischkurs laufen, der uns sehr viel Geld gekostet hat, Ziel war natürlich, die Abteilungsleiter erst mal in die Lage zu versetzen, miteinander zu reden. Madam Liu, Head of Sales-Department, ist aufgrund ihrer intellektuellen Grenzen nicht in der Lage, Englisch zu sprechen. Mein Partner lehnt das aus Statusgründen ab, ob er intellektuell in der Lage dazu wäre, da will ich mal ein Fragezeichen dahinter setzen. Wenn er es wollte, könnte er es vielleicht. Mit anderen Worten, ich kann mich mit dem Management, dem chinesischen Management, nicht direkt unterhalten. Ich brauche immer meine Übersetzerin, die natürlich zwischen allen Stühlen steht. Ja, und wenn irgendwas schief läuft, ist dann sie, die Übersetzerin schuld gewesen. D.h. das Mädchen hat das auch gar nicht ausgehalten, den ganzen Streß von den beiden Seiten, so daß wir uns eigentlich entschlossen haben, wenn das Unternehmen weitergelaufen wäre, hätten wir uns jemand anderes geholt. Hongkong-Chinese, der oder die keine Bindung zum Mainland hat.“

Auch wenn viele Nicht-Chinesisch-Sprecher mit ihren chinesischen Mitarbeitern durch Englisch bzw. Deutsch kommunizieren konnten, brauchten sie im Umgang mit chinesischen Kunden und Behörden doch Chinesisch:

„Es gibt also Behörden hier, die einmal aus grundsätzlichen Erwägungen, die etwa lauten, ihr seid Fremde hier und ihr seid in China, also dann unterhalten wir uns gefälligst Chinesisch, die da ein Grundsatzproblem haben und hinzu kommt,

⁴¹ Interview in Beijing am 10.03.99.

*daß viele auch einfach nicht in der Lage sind, Englisch zu kommunizieren, weil sie es nicht gelernt haben.*⁴²

Zwei Befragte erwähnten im Interview, da sie selbst über keine chinesischen Kenntnisse verfügten, seien sie völlig auf ihre Dolmetscher angewiesen. Falls aber ihre Dolmetscher ihnen nicht loyal wären oder falls sie durch einen Dolmetscher des Verhandlungspartners kommunizieren müssten, dann könnten sie sich nicht völlig darauf verlassen, ob sie nicht betrogen wurden.

Mehrmals wurde von den Befragten erwähnt, daß es insgesamt nicht sehr viele Chinesen gibt, die eine dritte Sprache, z. B. das Englisch sehr gut beherrschen. Viele Chinesen haben nur die Grammatik gelernt und haben Hemmungen, Englisch zu sprechen. Neun der Befragten erwähnten im Interview, daß den Dolmetschern oft das technische Wissen fehlte. Es gab nicht selten Informationsverlust bei der Übersetzung. Gute Dolmetscher seien jedoch extrem teuer. Oft wurde ein Gespräch durch einen Dolmetscher als „mühsam“, „langwierig“ oder als „Zeitverschwendung“ erlebt.⁴³ Ein Befragter erzählte seine Erfahrungen mit Dolmetschern in Verhandlungen wie folgt: *„Wenn es inhaltlich schwierig wird, gibt es dann oft Diskussionen, und es wird sehr ungenau, auch sehr zäh, so daß man eigentlich keine Lust hat, zu diskutieren.“*⁴⁴

Das folgende Beispiel zeigt, besonders in schwierigen Situationen, daß es für Nicht-Chinesisch-Sprecher sehr schwierig ist, die Probleme zu lösen bzw. sich selbst zu verteidigen: Als der Konflikt zwischen den Joint-Venture Partnern eskalierte, entschied sich die deutsche Seite, ihr Engagement in China zu beenden. Da erzählte der chinesische Partner den Mitarbeitern, daß die europäische Firma ganz allein an der Geschichte Schuld sei. Der befragte deutsche Manager meinte, *„es wäre natürlich einfach, du gehst zu den Mitarbeitern und erklärst die Sache. ... aber wie sollte ich als Europäer dagegen wehren. Ich spreche die Sprache nicht, und es ist mühsam so etwas übersetzten zu lassen, und das ist lächerlich, ich mache es nicht.“* Zum anderen wollte seine Dolmetscherin *„nie irgendwelche Streite oder Diskussionen übersetzen“*.⁴⁵

⁴² Interview in Beijing am 16.03.99.

⁴³ Interview in Shanghai am 14.10.97.

⁴⁴ Interview in Shanghai am 29.09.97.

⁴⁵ Interview in Shanghai am 14.10.97.

Ein anderer Befragter erwähnte im Interview auch, daß sich die meisten chinesischen Dolmetscher aus ihrer Mentalität oder der Höflichkeit scheuen, eine inhaltliche Auseinandersetzung zu übersetzen.

Ein weiteres erwähntes Problem von Nicht-Chinesisch-Sprechern in China war, Vertrauen zu gewinnen, das in China als eine sichere Basis für ein Geschäft gilt. Ohne Sprachkenntnisse kommt man nicht zu einem direkten Meinungs austausch und man kann auch keine persönliche Beziehungen aufbauen, die im China-Geschäft besonders wichtig sind. Nicht nur unsere deutschen Befragten, sondern auch unsere chinesischen Befragten bestätigten, daß Chinesen bevorzugen, Geschäfte mit „alten Freunden“ (*lao pengyou*) zu machen.⁴⁶ Ein Befragter, der fünf Monate Chinesisch gelernte hatte (jeden Tag vier Stunden Privatunterricht), erzählte seine Beobachtung:

„Man muß unheimlich offen sein, in der Arbeit in China, man muß in der Lage sein auf die Leute eingehen zu können, Freundschaft aufbauen zu können, und man muß sich beim Essen unterhalten können, deswegen ist die Sprache auch ganz wichtig. Wenn einer hierher kommt und das Deutsche raushängen läßt, kann er keinen Erfolg hier haben und das merke ich auch bei anderen, das habe ich früher schon gemerkt. Die Chinesen respektieren die zwar und machen Spaß mit denen, aber die machen mit denen keine Geschäfte.“⁴⁷

Konkrete Kommunikationsprobleme erlebten Nicht-Chinesisch-Sprecher aber nicht nur bei der Arbeit, sondern auch in der Freizeit.

Probleme in der Freizeit

Bei der Befragung wurden viele Probleme, die deutsche Expatriates ohne Sprachkenntnisse in der Freizeit erlebten, genannt. Während man bei der Arbeit entweder durch Englisch oder mit Hilfe eines Dolmetschers zurechtkommen kann, hat man ohne Sprachkenntnisse keinen Zugang zu Chinesen, „es sei denn, der Chinese könne Englisch“⁴⁸. Es gibt leider „zu wenige Chinesen, die gut genug eine dritte Sprache (Englisch) sprechen, um wirklich Freundschaften zu schließen.“⁴⁹ Von einer Integration konnte man gar nicht reden.

⁴⁶ Ein *lao pengyou* ist dabei kein Freund im westlichen Sinn, sondern eine Person oder ein Unternehmen mit *guanxi* (*guanxi hu*).

⁴⁷ Interview in Beijing am 05.03.99.

⁴⁸ Interview in Shanghai am 16.09.97.

Die Freizeitmöglichkeiten waren für Nicht-Chinesisch-Sprecher stark eingeschränkt. Da sie keine Zeitung lesen konnten, fehlte ihnen oft Informationen. *„Man lebt in Vakuum“*.⁵⁰ Ein Befragter erzählte, einmal war ein deutsches Orchester in der Stadt, aber er verpaßte das Konzert. *„Das steht natürlich in der Zeitung, aber wir können das nicht lesen“*.⁵¹ Da für die Teilnahme am kulturellen Leben die Sprachkenntnisse erforderlich sind, beschränkte sich die Freizeitbeschäftigung der Nicht-Chinesisch-Sprecher fast ausschließlich auf den Besuch von Wirtschaften und Sportaktivitäten. Man könne die chinesischen Zeitungen nicht lesen und die Fernsehsendungen nicht verstehen. Der Freizeitwert *„nähert sich schnell gegen null, wenn man kein Interesse an chinesischen Dingen hat“*.⁵² Ein Befragter meinte, auch nach mehr als zwei Jahren der Chinaaufenthalt sei er Analphabet geblieben.

Als „Analphabet“ brauchten die Nicht-Chinesisch-Sprecher“ oft auch in der Freizeit jemanden, ihnen bei privaten Dingen und Behördengängen zu helfen. Ein Befragter erzählte: *„Wenn ich hier unterwegs war mit meiner Familie, wir sind schon zu viert, und ein Fahrer, zu fünft, und noch ein Übersetzer, dann sind wir zu sechst in einem Auto.“*⁵³

Zu Frage 3: „Lohnt es sich für deutsche Expatriates, Chinesisch zu lernen? Wenn ja, wie lange sollte man die Sprache lernen?“

Angesichts der zahlreichen konkreten Probleme von Nicht-Chinesisch-Sprechern und der Tatsache, daß mehr als Dreiviertel der gesamten befragten Deutschen chinesische Sprachkenntnisse als hilfreich oder nötig einschätzte, glaube ich, daß die Frage, ob es sich für deutsche Expatriates lohnt, Chinesisch zu lernen, beantwortet wird. Im folgenden werde ich jedoch versuchen, nicht aus dem Blickwinkel eines neutralen Beobachters, sondern ebenfalls aus der Sicht der Betroffenen, die Antwort zu beantworten.

Alle Chinesisch-kundigen Befragten schätzten ihre chinesischen Sprachkenntnisse als für ihre Arbeit positiv ein. Konkrete Vorteile sahen sie vor allem darin, daß sie sich in unterschiedlichem Grad direkt mit Chinesen verständigen konnten. Ein Befragter sagte im Interview, *„die Sprache ist oftmals der Schlüssel zu dem persönlichen Kontakt, den man*

⁴⁹ Interview in Würzburg am 30.07.99.

⁵⁰ Interview in Jiangyin (Provinz Jiangsu) am 12.04.99.

⁵¹ Interview in Wuhan (Provinz Hubei) am 06.04.99.

⁵² Interview in Beijing am 15.03.99.

*braucht zum Kunden, zu einem Geschäftspartner, um überhaupt hier in China Geschäfte entwickeln zu können“.*⁵⁴ Besonders bei Vertragsverhandlungen oder Geschäftsessen hatte man in China sehr oft mit der englischen Sprache nicht kundigen Entscheidungsträgern oder Kunden zu tun, da sei es vorteilhaft, sich auf Chinesisch unterhalten zu können, auch wenn man keine Verhandlungen oder Geschäftsgespräche in Chinesisch führen konnte.

Ein anderer Vorteil des Chinesisch-Sprechens sei, man werde viel eher akzeptiert als wenn man kein Chinesisch spricht. *„Wenn Sie keine Sprachkenntnisse haben, dann kommen Sie mit grauem Haar eher bei dem Partner an“.*⁵⁵ Außerdem wurde es von den Chinesisch-Sprechern bestätigt, daß die Aneignung der Grundkenntnisse der chinesischen Sprache von den Chinesen als Interesse an den Menschen und ihrer Kultur erkannt und begrüßt wird.

Mit Ausnahme von einem Befragten, glaubten alle diejenigen, die vor ihrem Einsatz ein bißchen Grundkenntnisse von der Sprache gelernt hatten, es sei sehr nützlich und würden es empfehlen. Ein Befragter, der nach seiner Angabe bereits über 60 Jahre alt war, gab sein Beispiel: Bevor er nach China kam, besuchten er und seine Frau einen nur dreiwöchigen Intensivkurs für Chinesisch. Er arbeiteten in einem Joint-Venture in der Provinz Jiangxi, wo keiner Englisch sprach. Am Anfang mußte er mit einem Dolmetscher zusammenarbeiten. Bei der Zeit der Befragung konnte er aber *„mit Händen und Füßen und Zusammensetzen von Hauptwörtern und ein bißchen Chinesisch, was er lernte und mitkriegte, arbeiten“* und *„das klappt“.*⁵⁶ Für diejenigen, die sehr oft mit nicht-Englisch-sprechenden Chinesen zusammenarbeiten müssen, lohnt es sich also auf jeden Fall, ein bißchen Grundkenntnisse der Sprache zu lernen. Mit den Worten einer Befragten zu sagen: *„Es ist schlecht, wenn man die Sprache nicht kann, man kann nicht mal mit den Chinesen ohne Dolmetscher zusammen sein.“*⁵⁷ Exemplarische Aussagen über die Notwendigkeit von der Teilnahme eines Sprachkurses vor dem Einsatz sind:

„Das [einen intensiven Sprachkurs] würde ich jedem empfehlen. Es ist ganz schwierig, wenn man hierher kommt und keine Vokabel Chinesisch kann. ... Natürlich merken wir uns nicht alles, was wir gelernt haben, aber man merkt sich

⁵³ Interview in Shanghai am 14.10.97.

⁵⁴ Interview in Beijing am 16.03.99.

⁵⁵ Interview in Shanghai am 26.09.97. Vier andere Befragte teilte diese Meinung. Drei jüngere Befragte glaubten jedoch, kaum Problem mit ihrem Alter in China zu haben. Sie gingen allerdings davon aus, daß sie mehr Vorteile und Überzeugungskraft haben würden, wenn sie 20 Jahre älter wären.

⁵⁶ Interview in Changzhi (Provinz Jiangxi) am 22.03.99.

⁵⁷ Ebenda.

das, was man braucht. Soweit man sie im Alltag gebraucht, bleiben sie auch im Gedächtnis.“⁵⁸

„... was ich vermisse, ist, ich hätte gern die Möglichkeit gehabt, Grundkenntnisse des Chinesischen zu lernen. Meine Frau hat hier Unterricht genommen und es ist erstaunlich, wie schnell sie gelernt hat und sich hier sehr gut zurechtfindet. ... Bei meinem nächsten Engagement in irgendeinem Ausland werde ich auf jeden Fall bestimmte Basissprachkenntnisse lernen.“⁵⁹

Auch wenn nicht jeder der Befragten dieser Ansicht beipflichtete, war die Mehrheit der befragten deutschen Expatriates der Meinung, das Lernen der Sprache lohnt schon und ist wünschenswert. Insgesamt äußerten nur vier Befragte im Interview, daß sie es nicht empfehlen würden, vor dem Einsatz Chinesisch zu lernen. Wie lange und wie sollte man aber die Sprache lernen?

Von den Befragten wurde jeweils vorgeschlagen, zwei Monate bis ein halbes Jahr vor dem Einsatz die Sprache intensiv zu lernen. Es sei ideal, wenn man in China oder in Taiwan die Sprache lernen kann, aber man könne auch in Deutschland durchaus sehr gut Chinesisch lernen. Fünf der Befragten, die nur drei Wochen Intensivkurs im Sinicum des Landes Nordrhein-Westfalen in Bochum besuchten hatten, glaubten, gut fundierte Grundkenntnisse der chinesischen Sprache erworben zu haben. Ihre Erfahrungen zeigen, die Zeit ist eigentlich von sekundärer Bedeutung, wichtig ist, daß den Expatriates überhaupt die Gelegenheit bzw. die Möglichkeit gegeben werden sollte, vor ihrem Einsatz in China für eine bestimmte Zeit sich von ihrer Arbeit befreien können und die Sprache bei einer professionellen Organisation intensiv zu lernen. Es wurde nämlich von der großen Mehrheit unserer Befragten bestätigt, *„arbeiten und Sprache lernen, das schaffen nur ganz wenige“*.⁶⁰ Besonders für den Start sollte man es nicht nebenbei machen.

Ein Durchschnittsdeutscher glaubt bisher, die chinesische Sprache sei kaum erlernbar. Viele unserer Befragten hatten jedoch entweder aus ihrer eigenen Erfahrung oder am Beispiel ihrer Bekannten erkannt, wenn man auf das Schreiben der Zeichen verzichtet, kann man schon relativ schnell das Sprechen lernen. Man braucht nämlich nur die lateinische Umschrift der chinesischen Zeichen *pinyin* zu lernen. Ein Befragter prophezeite, *„es wird*

⁵⁸ Interview in Shanghai am 16.10.97.

⁵⁹ Interview in Shanghai am 14.10.97

⁶⁰ Interview in Beijing am 15.03.99.

*mit der Zeit bestimmt viele Langnasen geben, die Chinesisch sprechen können“.*⁶¹

Daß es für ausländische Expatriates in China lohnt, Chinesisch vor ihrem Einsatz zu lernen und daß die Sprache auch für Nicht-Chinesen durchaus erlernbar ist, glaube ich, auch mit dem folgenden Beispiel bestätigen zu können:

Seit über zwanzig Jahren wird es in den USA und Kanada praktiziert, daß die Regierung ihren Gesandten vor dem Auslandseinsatz eine Sprachausbildung anbietet. Im Jahr 2001 hatte ich die Gelegenheit, fünf Monate lange an der „Canadian Foreign Service Language School“ Chinesischunterricht für kanadische Diplomaten, Außenhandelsfachleute (Trade Commissioner) und Beamten von Entwicklungshilfeprojekten (Development Officer) zu geben. Je nach ihrer Aufgabe in China werden den Fachleuten drei Monate bis zwei Jahre Intensivkurs angeboten. Die Anfänger lernen in der Regel in einer Gruppe von drei Personen, und wenn später ihr Niveau auseinander geht, wird ihnen entweder Einzelunterricht oder Unterricht zu zweit gegeben. Die Kursteilnehmer lernen fünf Tage die Woche und jeden Tag 6 Stunden. Das Schreiben der chinesischen Zeichen wird nicht verlangt.⁶² Das Lesen der chinesischen Texte wird nur von denjenigen verlangt, die diese Technik für ihre zukünftige Aufgabe in China brauchen, oder die die Sprache für zwei Jahre lange lernen. Nach drei Monaten können die Kursteilnehmer in der Regel das sogenannte „social integration“-Niveau erreichen. Man kann einfache persönliche Gespräche mit Muttersprachlern führen, z.B. sich selbst und die Familie vorstellen, eigene Arbeit und Hobbys beschreiben, einfache Fragen stellen und beantworten, um Informationen oder Hilfe bitten, einfache Aufgabe zuweisen, Termine vereinbaren etc. Die Sprachausbildung wird jedem Entsandten angeboten, für die sogenannten „Trade Commissioner“ (Außenhandelsfachleute), die länger als 2 Jahre in China arbeiten würden, werden Sprachkenntnisse sogar vorausgesetzt.⁶³

Diese Praxis, die sich Jahrzehnte lang bewährt hat, zeigt aus einem anderen Aspekt, daß, auch wenn heutzutage das Englische die Geschäftssprache oder die lingua franca für

⁶¹ Interview in Shanghai am 16.10.97.

⁶² Man kann heute mit Hilfe von verschiedenen Programmen durch die Eingabe von *pinyin*-Umschrift chinesische Zeichen am Computer schreiben und ausdrucken.

⁶³ Nach Angabe des kanadischen Ministeriums für Außenpolitik und Internationalen Handel (Department for Foreign Affairs and International Trade) wird angestrebt, daß in Zukunft 60% der Stellen im Ausland mit Mitarbeitern besetzt werden, die die Sprache des jeweiligen Landes fließend sprechen können.

Welthandel und internationale Beziehungen ist, es sich doch noch lohnt, die Sprache des Geschäftspartners zu lernen, um im konkreten Fall das beste Resultat erzielen zu können.⁶⁴ Wenn ein Expatriate wegen mangelnder Sprachkenntnisse seine Aufgabe im Ausland nicht zu seiner vollständigen Zufriedenheit ausführen kann, ist der finanzielle Verlust, oder der dadurch angerichtete Schaden sicherlich größer als die Investition für eine Sprachausbildung.

Die Antwort für die Frage 3 ist damit eindeutig: Es lohnt sich für deutsche Expatriates, Chinesisch zu lernen. Man braucht jedoch nicht Jahre lang die Sprache zu lernen, sondern je nach ihrer Aufgabe und ihrer Aufenthaltsdauer ist eine intensive Sprachausbildung von einem Monat bis einem halben Jahr sinnvoll, wobei sich das Lernen vor allem auf das Sprechen und das Verstehen der gesprochenen Sprache konzentriert sollte. Von den Befragten, die zu dieser Frage Stellung nahmen, wurde durchschnittlich ein dreimonatiger Intensivkurs erwünscht. Der folgende Auszug ist persönliche Erfahrung eines befragten Deutschen:

F: Jetzt nehme ich mal an, Sie sprechen kein Chinesisch?

A: Doch, ich habe es gelernt, als meine Firma sagte, ich muß nach China gehen, das war im April, da haben die gesagt, daß derjenige auch Basiskenntnisse in Chinesisch haben muß, obwohl man auch Englisch spricht. Da bin ich jeden Tag vier Stunden in Privatunterricht gegangen, das war recht intensiv. Ich bin recht dankbar dafür und ich kann es jedem nur raten. Jeder, der nach China kommt, sollte sich hinsetzen, ein Viertel bis ein halbes Jahr und intensiv Chinesisch lernen. Das ist sicher kein Chinesisch, um damit Geschäftsverhandlungen zu führen, aber es ist schon mal eine Basis da, die Grundregeln kennt man und da war ich sehr dankbar dafür, das gemacht zu haben. Da kann man schon von leben und auch ein bißchen weitermachen und es geht so einigermaßen, im täglichen Leben komme ich jetzt zurecht.⁶⁵

F: Sie finden das sehr nützlich, für das Geschäft auch? Ich denke, es ist nett, wenn man den chinesischen Partner auf Chinesisch begrüßt.

A: Ja, das stimmt, ich kann auf Chinesisch nicht verhandeln, da fehlen mir auch die technischen Kenntnisse dafür, das könnte man lernen, aber da reden sie zu schnell dafür. Aber es ist auch gut so, wie gesagt, in China geht viel durch den Magen und beim Geschäftsessen wird nur Chinesisch geredet und wenn Sie zumindest ein bißchen was verstehen können, dann ist das schon nützlich. Wissen Sie, sonst sitzen Sie da am Tisch zwei Stunden und verstehen kein Wort, das ist schon frustrierend, da hat jedes Geschäftsessen seine Begrenzung.⁶⁶

⁶⁴ Ein chinesischer Befragter erzählte mir im Interview, daß viele amerikanische Generalmanager in China Chinesisch sprechen, während dies bei Deutschen selten der Fall sei.

⁶⁵ Interview in Beijing am 05.03.99.

⁶⁶ Ebenda.

4.2.3 Fazit

Oben habe ich Kommunikationsprobleme, die direkt durch den Mangel an Fremdsprachenkenntnissen der deutschen Befragten entstanden sind, dargestellt. Es wurde bestätigt, daß die sprachlichen Probleme eine sehr wichtige Rolle in der gesamten Problematik der deutsch-chinesischen Wirtschaftskommunikation zwischen deutschen Expatriates und Chinesen spielten. Die Aussagen der Befragten und die Statistiken in dieser Untersuchung zeigten aber auch, daß dieses nahezu banale Ergebnis, das dem gesunden Menschenverstand gehört, und eigentlich von sich selbst verstanden werden sollte, bisher leider von den Unternehmen, die ihre Mitarbeiter ins Ausland schicken, entweder nicht entsprechend anerkannt oder keine Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Kenntnisse der Landessprache erleichtern das Alltagsleben, und die praktischen Vorteile im Berufsleben sind kaum zu bestreiten. Den Erfahrungen der befragten deutschen Expatriates folgend ist ein intensiver Sprachkurs von durchschnittlich drei Monaten vor dem Chinaeinsatz sehr empfehlenswert. Im folgenden werden andere von den befragten Expatriates erwähnte Kommunikationsprobleme aufgezeigt.

4.3 „Es sagt niemand die Wahrheit“

4.3.1 Darstellung des Problems

Ein Befragter sagte mir im Interview:

„Mich ärgert, es sagt niemand die Wahrheit, nie! Es kann niemand ‚Ja‘ sagen, es kann niemand ‚Nein‘ sagen. Und damit können wir nicht umgehen. Einer, der ein Chinese, der hier aufgewachsen ist, kann damit umgehen, weil er es von Kindheit an gelernt hat. Wir können damit nicht umgehen.“⁶⁷

Diese Erfahrung machten auch viele andere Befragte. Ähnliche Aussagen sind:

„Chinesen sind manchmal sehr schwer einzuschätzen, weil sie sich eben manchmal hinter einer Fassade verbergen, nicht wirklich ihre wahren Gedanken nach außen zeigen.“⁶⁸

⁶⁷ Interview in Shanghai am 16.10.97.

⁶⁸ Interview in Shanghai am 25.02.99.

„Es ist immer sehr schwierig, es dauert sehr lang, bis man wirklich offene Meinungen, sag ich mal, von Mitarbeitern bekommt.“⁶⁹

Daß Chinesen nicht offen sagen, was sie wirklich meinen oder denken, erlebten die befragten Deutschen als ein großes Problem in der Kommunikation mit Chinesen. Dafür wurden viele konkrete Beispiele genannt: Auch wenn ein Ausländer einen augenfälligen Fehler macht, sagt ihm niemand direkt: *„Nein, das machen wir nicht, das ist falsch.“⁷⁰* Bei einer Mitarbeiterbesprechung hört man selten andere Meinungen, wie *„ich habe andere Information, das kann man so nicht machen“*, oder *„Herr X, Ihre Entscheidung verstehe ich nicht“⁷¹*. Da viele Chinesen auch bei Unwissenheit und Unklarheit nicht fragen, weiß man oft nicht, ob man verstanden wird oder nicht. Manchmal glaubte jemand verstanden zu werden, und stellte später fest, daß der chinesische Gesprächspartner doch nicht verstanden hat. *„Chinesen möchten kein ‚Nein‘ sagen“⁷²*, oft sagt ein Chinese „Ja“, aber macht *„insgeheim alles wie er es selbst für richtig hält.“⁷³* In einer Diskussion bekommt man selten eine klare Antwort von der chinesischen Seite, so daß die Entscheidung oft der deutschen Seite überlassen wird.

Diese „chinesische Eigenschaft“ wurde von den befragten Deutschen unterschiedlich wahrgenommen. Einige der Befragten zogen aus ihrer schlechten Erfahrungen den Schluß, daß Chinesen unehrlich seien, oder unfähig bzw. unwillig seien, Verantwortung zu tragen. Ein befragter deutscher Expatriate äußerte überspitzt im Interview: *„Man darf einem Chinesen nichts glauben“*, weil Chinesen *„immer nur die halbe oder eine andere Wahrheit präsentieren“*. Aus diesem Grund traue er keinem Chinesen.⁷⁴

Die Mehrheit der befragten Expatriates betrachtete diese „chinesische Eigenschaft“, generell kein „Nein“ zu sagen, als Mentalitäts- oder Kulturunterschiedlichkeit. Ein Befragter machte die Erfahrung: Es dauerte mindestens ein halbes Jahr, bis die Chinesen sich nicht mehr scheuten, Fragen zu stellen oder auf Ausländer zuzugehen und um Hilfe zu bitten. Denn

⁶⁹ Interview in Shanghai am 20.10.97.

⁷⁰ Interview in Shanghai am 16.10.97.

⁷¹ Interview in Shanghai am 20.10.97.

⁷² Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 08.03.99.

⁷³ Interview in Shanghai am 05.03.99.

⁷⁴ Interview in Beijing am 15.03.99. Später relativierte er allerdings seine vorherige Aussage: *„Aber prinzipiell halte ich die Chinesen für sehr angenehme Mitarbeiter, auch wenn das vielleicht nicht ganz passend und ganz plausibel ist, mit dem was ich vorher gesagt habe, daß ich keinem Chinesen traue. Aber wenn man das einmal begriffen hat, kann man sehr gut mit denen arbeiten.“*

„Chinesen verstehen Fragen als unhöflich“.⁷⁵ Es wurde deswegen vorgeschlagen, durch Nachfragen festzustellen, ob man verstanden worden ist oder nicht. Ein anderer Befragter glaubte nach einem halben Jahr in China bereits gelernt zu haben, in den Gesichtern der Chinesen zu lesen und durch die Körpersprache herauszufinden, was seine chinesischen Kommunikationspartner meinten. Auch wenn er manchmal merkte, daß man nicht die Wahrheit sagen wollte, fühlte er sich nicht belogen. „Chinesen wichen oft ein bißchen aus, aber wenn einem die Zeit gegeben wird, wird man zu dem Punkt zurückkommen.“⁷⁶

Andere Befragte erkannten zwar, daß es Unterschiede im Kommunikationsverhalten zwischen Deutschen und Chinesen gibt, wußten aber nicht, mit den daraus erwachsenden Problemen umzugehen. Die folgende Aussage eines Befragten veranschaulicht dies:

Es ist wichtig, so ein bißchen die Denkvorgänge kennenzulernen. Zum Beispiel wenn man einen Chinesen zum Abendessen einlädt, muß man dreimal fragen. Dreimal sagt er ‚Nein‘, und das vierte Mal sagt er ‚Ja‘. Das ist für uns eigentlich unvorstellbar. Normalerweise sagt der Deutsche: ‚Ja, ich komme gerne.‘ Und ein Chinese sagt vom Ursprung drei Male ‚Nein‘, können Sie besser wissen, weshalb das so ist. Aber das meine ich halt eben. Und es gibt, wenn man ganz ehrlich ist, es gibt schon riesige Probleme zwischen Deutschen und Chinesen. Es ist einfach so. Weil meiner Ansicht nach die Verständigung nicht da ist. Die Denkweise ist grundsätzlich anders. Wir haben jetzt einen aktuellen Fall, wir wollen ein neues Produkt hier einführen, und wollen, daß diese vorhandene Fabrik auch diese Aufgabe übernimmt. Wir Deutsche, mein Kaufmann und ich sind daran, die Chinesen zu überzeugen, daß sie das machen müssen, und sie wollen einfach nicht, weshalb, weiß ich auch nicht. Da steckt vielleicht einiges dahinter, daß sie nicht viel Geld mitverdienen. Ich weiß es nicht, der Chinese sagt selten offen, was er meint, er geht immer auf Nebenschauplätze, und versucht da zu argumentieren, diskutieren, auf den Hauptpunkt kommt er gar nicht. Das ist so meine Erfahrung“⁷⁷

Später als ich den chinesischen Manager des Unternehmens interviewte und nach dem Grund der Ablehnung des neuen Produkts fragte, vertraute er mir an, daß die chinesische Seite es deswegen nicht zustimmen wolle und könne, weil die deutsche Seite vorher gar nicht mit der chinesischen Seite darüber gesprochen hätte, und die Marktstudie allein gemacht hätte. „Nun wollen sie uns aufzwingen, das Produkt einzuführen. Wir wissen gar nicht, ob das Produkt auf dem chinesischen Markt gut ankommen wird.“⁷⁸ Als ein Beobachter glaube ich, der chinesische Partner fühlte sich in diesem Fall beleidigt, weil er

⁷⁵ Interview in Guangzhou am 08.03.99.

⁷⁶ Interview in Shanghai am 05.03.99.

⁷⁷ Interview in Shanghai am 16.10.97.

⁷⁸ Interview in Shanghai am 17.10.97.

nicht in den Entscheidungsprozeß miteinbezogen wurde und gleichzeitig auch das Ergebnis der deutschen Marktstudie bezweifelt. Der chinesische Manager meinte, diese beiden Gründe brauche die chinesische Seite der deutschen Seite gar nicht direkt zu sagen, sie sollte selbst wissen, warum die Chinesen es nicht mitmachen wollten. Als ich eine andere chinesische Befragte des Unternehmens nach bestehender Meinungsverschiedenheiten in der Firma fragte, sagte sie zu mir: *„Manche Sachen braucht man nicht zu deutlich zu sagen, im Gegenteil, wenn man sie zu deutlich sagt, wird schlimmer.“*⁷⁹

Acht deutsche Befragte wiesen im Gespräch allerdings darauf hin, daß sie sich auf solche Situation eingestellt hatten, indem sie einen chinesischen Vertrauten im Unternehmen suchten, bei dem sie sowohl nach offenen Meinungen und Erfahrungen fragen als auch um Rat bitten konnten. Diese Person sollte möglichst ein Altersgenosse sein und am besten *„weder zu viele Freunde noch zu viele Feinde haben“*.⁸⁰

4.3.2 Analyse des Problems

Bei den Befragten wurde die „chinesische Eigenschaft“ erkannt, daß Chinesen, besonders die älteren und traditionsbewußten, nicht gern „Nein“ sagen und in kritischen Situationen ihre Meinung nicht offenlegen. Dieses Kommunikationsverhalten wurde von vielen befragten deutschen Expatriates als Zeichen der Unehrllichkeit, mangelnder Offenheit oder Verantwortungsscheu der Chinesen beurteilt.⁸¹ Konkrete kulturelle Hintergründe für dieses chinesische Kommunikationsverhalten wurden nicht erkannt. Nur ein Befragter glaubte zu wissen, daß der Grund, warum Chinesen ihm nicht sagen wollten: *„Nein, das ist falsch, das machen wir nicht“*, war, daß die Chinesen glauben, er würde sein Gesicht verlieren.⁸²

In Interviewgesprächen mit Chinesen stellte ich entsprechend die Frage, warum Chinesen den deutschen Expatriates ihre Meinungen nicht direkt sagen würden. Es wurde drei Gründe genannt: Erstens, man brauche nicht alles direkt zu sagen, als Erwachsene können die deutschen Expatriates sicherlich auch die indirekt formulierten Meinungen der Chinesen verstehen. Zweitens, ihren Erfahrungen nach seien die deutschen Expatriates oft von der

⁷⁹ Interview in Shanghai am 16.10.97.

⁸⁰ Interview in Shanghai am 05.03.99.

⁸¹ Die deutsche Kritik über Unehrllichkeit, mangelnde Offenheit und Verantwortungsscheu der Chinesen ist auch in zahlreichen anderen Arbeiten über deutsch-chinesische Zusammenarbeit zu finden. Z.B. Nagel, 1996 S. 41 ff.

Richtigkeit ihrer eigenen Meinungen überzeugt, so daß es eigentlich keinen Sinn habe, eine andere Meinung zu äußern. Ein chinesischer Befragter sagte im Interview, wenn man dreimal die Erfahrung gemacht hätte, daß ein Vorschlag oder eine Meinung von der anderen Seite nicht akzeptiert wurde, dann würde man es ein viertes Mal nicht mehr versuchen.⁸³ Drittens, die Denkweisen seien total unterschiedlich. Chinesen gehen oft davon aus, daß die Ausländer die chinesische Ansicht sowieso nicht verstehen würden, deshalb äußern sie ihre Meinung einfach nicht oder stimmen den Ausländern zu, machen aber insgeheim, was sie für richtig halten.⁸⁴ Damit könnten offene Konfrontationen vermieden werden. Im Grunde wollten Chinesen den beidseitigen Gesichtsverlust vermeiden und die Harmonie bewahren.

Daß Chinesen bei vielen Situationen, in denen ein Deutscher seine Gedanken oder Meinung direkt und offen sagen würde, den indirekten verbalen Kommunikationsstil bevorzugen, um den eventuellen Gesichtsverlust der beiden Kommunikationspartner zu vermeiden, möchte ich durch zwei Beispiele, die ich bei meinen ethnographischen Beobachtungen aufzeichnete, verdeutlichen:

Beispiel 1:

Ein chinesischer Nachbar von uns, der in der Tat mit uns gut befreundet ist, klopfte an einem Sonntagnachmittag an der Tür. Wir baten ihn höflich in die Wohnung, ohne nach dem Grund des unerwarteten Besuchs zu fragen. Wir unterhielten uns zuerst über etwas ganz allgemeines, und fragten ihn, ob etwas Neues bei ihm gibt. Da erwähnte er, daß er vor einigen Tagen einen neuen Computer gekauft hatte. Als wir ihn fragten, wie er den Computer fand, sagte er, er sei mit der Installierung der Programme noch nicht fertig. Er wechselte aber dann das Thema. Nach einer Stunde wußte ich noch nicht, warum er uns besuchte. Meine Intuition sagte mir aber, daß sein Besuch nicht ohne Grund war, denn er war der Zeit sehr beschäftigt mit seiner Dissertation. Schließlich sagte mein Mann zu ihm: „Falls du bei der Installation der Programme irgendwelche Probleme hast, helfe ich dir gern“. Darauf sagte er, *„Ja, ich bin bloß ein bißchen unsicher, ob ich alles richtig mache. Wenn du Zeit hast, möchte ich dich mal damit belästigen (mafan ni 麻烦你), mit mir zusammen zu meinem Büro am Hubland zu gehen, ich habe meinen Computer im Büro.“* Mein Mann ging später mit ihm zu seinem an der Universität und hat für ihn einige komplizierte Programme wie Linux installiert.

Ein Deutscher würde in der gleichen Situation eher direkt fragen, ob man Zeit hätte und ihm helfen könnte. Ein Chinese geht aber davon aus, daß eine direkte Frage um Hilfe unhöflich

⁸² Interview in Shanghai am 16.10.99.

⁸³ Interview in Shanghai am 18.10.99.

⁸⁴ Dies wurde von zwei deutschen Befragten bestätigt.

ist, denn falls daß der Kommunikationspartner nicht helfen kann oder möchte, und „Nein“ sagen müßte, dann bedeutet für beide Seiten Gesichtsverlust: Derjenige, der „Nein“ sagt, gibt dem anderen kein Gesicht (*bu gei mianzi* 不给面子), und der abgelehnten Person wird kein Gesicht geschenkt (*mei gei mianzi* 没给面子). Um diese Gefahr zu vermeiden, bevorzugt ein Chinese in solcher Situation, seine Intention indirekt auszudrücken. Er würde es sogar in Kauf nehmen, daß seine Intention nicht erkannt wird. Dies ist jedoch sehr unwahrscheinlich, denn ein Chinese, der in der chinesischen Kulturumgebung aufgewachsen ist, lernt schon in der frühen Kindheit, Nicht-Gesagtes aus dem Kontext zu hören. Ich erinnere mich noch daran, daß in einem Deutschunterricht die deutsche Lehrerin einen japanischen Studenten fragte, warum Japaner die sprachliche Indirektheit präferieren. Seine Antwort war: „*In Japan gilt, daß, wer die wirkliche Intention hinter den Worten nicht versteht, nicht erwachsen ist.*“⁸⁵ Dasselbe gilt auch in China.

Der Anthropologe Edward T. Hall unterscheidet menschliche Interaktion zwischen *low-context* und *high-context* Kommunikation (Hall 1989). Bei *low-context* Kommunikation betont man, seine Intention und Meinung deutlich und explizit durch eine verbale Botschaft auszudrücken, während man in der *high-context* Kommunikation darauf achtet, seine Intention und Meinung möglichst durch den Kontext und die non-verbale Kanäle mitzuteilen. Nach seiner Untersuchung gehören sowohl China als auch Japan zu den sogenannten *high-context* Kulturen; Deutschland, die Schweiz und die USA gehören zu den *low-context* Kulturen. Die folgende Tabelle, die Ting-Toomey (1999:101) entnommen wurde, faßt die wesentlichen Charakteristika von *low-context* und *high-context* Kommunikation zusammen:

⁸⁵ Erlebnis in einem Deutschunterricht an der Universität Konstanz im Jahr 1994.

The Low-Context Communication (LCC) and High-Context Communication (HCC) Framework

LCC Characteristics		HCC characteristics	
Individualistic values		Group-oriented values	
Self-face concern		Mutual-face concern	
Linear logic		Spiral logic	
Direct style		Indirect style	
Person-oriented style		Status-oriented style	
self-enhancement style		self-effacement style	
Speaker-oriented style		Listener-oriented style	
Verbal-based understanding		Context-based understanding	
LCC examples		HCC examples	
Germany	United States	Saudi Arabia	Japan
Switzerland	Canada	Kuwait	China
Denmark	Australia	Mexico	South Korea
Sweden	United Kingdom	Nigeria	Vietnam

Beispiel 2:

W, ein Bekannter aus Shanghai hatte den Führerschein gemacht. Da boten wir ihm an, wenn er zu einem Autohändler gehen möchte, können wir ihn dorthin fahren. Nach eineinhalb Monaten rief er uns an. Im folgenden ist ein Auszug aus dem Telefongespräch zwischen meinem Mann Q und W:⁸⁶

W: ... *übrigens, hast du die Telefonnummer von der Toyota-Autohändlerin Frau F?*
[Ich hoffe, er wird mir anbieten, dorthin zu fahren.]

Q: *Ja, sicher, Moment mal, ich habe nur die Nummer von dem Toyota-Verkaufszentrum, du kannst ja dann nach Frau F fragen. Hast du die Nummer von dem Toyota-Verkaufszentrum?* [Die Nummer kann er selbst im Telefonbuch finden, er möchte eigentlich, daß ich ihn dorthin fahre, aber ich habe heute etwas anders zu tun.]

W: *Du kannst sie mir sagen.* [Er möchte mich also nicht dorthin fahren, sonst braucht er mir nicht die Nummer zu geben.]

Q: *Die Nummer ist* [Er versteht sicher, daß ich ihn heute nicht hinfahren möchte.]

W: *Danke, bis nächstes Mal.* [Er wollte mich heute also nicht dorthin fahren, gut, daß ich ihn nicht direkt gefragt hätte, sonst wäre für mich und ihn beide peinlich.]

Einen Monat später rief W wieder einmal an:

W: ... *en, kannst du mir sagen, wie ich mit dem Bus zu dem Toyota-Verkaufszentrum hinfahren kann?* [Er weiß sicher, daß ich wirklich seine Hilfe brauche. Das Autohaus ist so weit, und heute ist Samstag, es gibt nur alle eine Stunde einen Bus. Ich hoffe, er wird diesmal anbieten, mich dorthin zu fahren.]

Q: *Ich bin nicht sicher, welchen Bus man nehmen sollte, aber ich kann dich ja dorthin fahren.* [Er braucht Hilfe, denn mit welchem Bus er dorthin gehen kann, findet er im Stadtplan. Wenn ich ihm diesmal kein Hilfsangebot mache, bedeutet es, daß ich ihm kein Gesicht gebe, und das wird unsere Beziehung bedrohen, außerdem werde ich damit auch Gesicht verlieren. Ich habe heute Zeit, ich fahre ihn dorthin.]

⁸⁶ Das originale Gespräch war auf Chinesisch. Es handelt sich hier um eine sinngemäße Übersetzung aus dem Chinesischen. In eckigen Klammern werden mögliche Gedanken der Sprecher wiedergegeben.

W: *Es ist zu umständlich für dich, du bist immer sehr beschäftigt.* [Ich sollte es zunächst ablehnen, sonst wäre ich unhöflich.]

Q: *Das ist gar nicht umständlich, ich habe heute Zeit, wann möchtest du hinfahren?*
[Was er sagte, sind Höflichkeitsfloskeln, ich sollte ihm Gesicht geben und auch mit Höflichkeit erwidern.]

W: *Wann ist es angenehm für dich?*

Q: *Ich habe jetzt gerade Mittagessen, in einer halben Stunde komme ich zu dir.*

W: *Das ist zu umständlich für dich, danke, danke.*

Q: *Was für einen Unsinn redest du, es ist gar nicht umständlich.*

...

Sowohl bei dem ersten als auch bei dem zweiten Anruf sagte W nicht direkt sein Anliegen und seine wirkliche Intention des Anrufs. Ein Deutscher würde in seiner Situation direkt und offen sagen, daß er fragen möchte, ob Q in der Lage wäre oder bereit wäre, ihn zum Autohändler zu fahren. Auch wenn Q direkt „Nein, es geht heute aber nicht“ sagte, würde es keine schwerwiegenden Folgen für beide Kommunikationspartner geben. Denn sowohl die Handlung „um eine Hilfe zu bitten“ als auch eine Antwort mit „Nein“ würde nicht gleichzeitig den Gesichtsverlust für beide Kommunikationspartner bedeuten. Im Gegenteil schätzt man unter Bekannten und Freunden die Offenheit, Direktheit und Ehrlichkeit. Falls die Kommunikationspartner W und Q Deutsche wären, wäre eine solche Indirektheit eher überflüssig. Aber für W und Q als Chinesen ist Ws Indirektheit notwendige Vermeidungsstrategie. Durch eine direkte Frage könnte für beide Kommunikationspartner eine gesichtsbedrohende Situation entstehen: W benähme sich nach chinesischem Verständnis taktlos, weil Q dadurch gezwungen würde, direkt oder indirekt „Ja“ oder „Nein“ zu sagen.⁸⁷

Diese beiden Episoden erlebte ich persönlich außerhalb Chinas. Die erste erlebte ich 1997 in Deutschland und die zweite im Jahr 2001 in Kanada. Beide Beispiele zeigten, auch wenn Chinesen bereits mehrere Jahre im Ausland leben oder viele Kontakte mit Ausländern haben, behalten sie oft ihre chinesische Kommunikationsverhaltensweise. Bei der erwähnten gesprächsanalytischen Untersuchung der Sprachwissenschaftlerin Susanne Günthner über den deutschen und den chinesischen Diskursstil stellt sich auch heraus, daß der deutschen Sprache kundige Chinesen in Gesprächen mit Deutschen ihren chinesischen Diskursstil stets behalten. Meine persönliche Erfahrung kann das nur bestätigen. Obwohl ich seit über 16

⁸⁷Ich möchte hier darauf hinweisen, daß sicherlich nicht jeder Chinese in der gleichen Situation sich so indirekt verhalten würde. Mein Bekannter war damals 41 Jahre alt, und Q war 34. Beide sind Akademiker. Beide gehören zu den traditionsbewußten Chinesen.

Jahren Deutsch spreche, direkte Kontakte mit Deutschen pflege und sieben Jahre in Deutschland lebte, fällt es mir immer noch schwer, „Nein“ zu sagen; und auch wenn ich den deutschen Sprachgebrauch von „Nein“ gut kenne, war es nicht selten unangenehm, wenn ich ein direktes „Nein“ von meinem Kommunikationspartner bekam. Hier ist ein kleines Beispiel, woran ich mich noch erinnern kann:

(Ich traf Frau X, eine Deutsche im Gang)

Ich: *Haben Sie jetzt Zeit, Frau X?*

[Ich möchte sie gerne etwas fragen]

X: *Nein, ich muß jetzt schnell gehen.*

[Sie möchte vielleicht mit mir über etwas besprechen, ich habe aber jetzt keine Zeit, ich muß es ihr sagen.]

Da man im Chinesischen in einer solchen Situation keinesfalls das Wort „Nein“ (*meiyou*) verwenden würde, fühlte ich bei dem ersten Augenblick sehr unangenehm, als ich das „Nein“ hörte, obwohl ich genau wußte, daß sie nach der deutschen Kommunikationskonvention nichts Falsches machte: Zunächst meine Frage eindeutig beantworten, und dann auch den Grund erklären. Für mich ging es bei der Frage aber eigentlich gar nicht darum, zu wissen, ob Frau X in dem Moment Zeit hatte oder nicht, sondern ich wollte nur wissen, ob ich mit ihr etwas besprechen konnte. Wäre Frau X eine Chinesin oder ein Chinese, würde das kurze Gespräch wie folgt aussehen:

Ich: *Haben Sie jetzt Zeit, Frau X?* (X, 你现在有时间吗? X, *ni xianzai you shijianma?*)

[Ich möchte sie gerne etwas fragen]⁸⁸

X: *Es tut mir leid, ich muß jetzt schnell gehen. Haben Sie etwas?*

(对不起, 我马上得走, 你有什么事? *Duibuqi, wo mashang dei zou, ni you shenme shi?*)

[Sie möchte vielleicht mit mir über etwas besprechen, das kann ich jetzt aber nicht tun, ich muß ihr sagen weshalb.]

Ich: *Dann lassen wir es, wir sprechen es das nächste Mal.*

(那算了, 下次再说吧。 *Na suanle, xiaoci zai shuo ba.*)

Ein direktes „Nein“ (*meiyou*) bedeutet in dieser Situation für Chinesen aber, das Anliegen des Kommunikationspartners zu ignorieren und gleichzeitig ihm kein Gesicht zu geben, und dadurch wird die Beziehung der beiden Kommunikationspartner gefährdet. Aus diesem Grund wird das „Nein“ vermieden.

Durch die obigen Beispiele und Analyse möchte ich verdeutlichen, daß die am Anfang des Abschnitts von den befragten Deutschen erwähnte „chinesischen Eigenschaft“, „*keine*

Wahrheit sagen“, „*sich hinter einer Fassade verbergen*“, „*Weder Ja noch Nein sagen können*“ nicht darauf zurückzuführen ist, weil Chinesen unehrlich sind und nie Verantwortung tragen wollen, sondern es darum geht, daß bei einem gleichen Sprechereignis Chinesen aufgrund ihren Kommunikationskonventionen oft einen anderen kommunikativen Stil oder eine andere Strategie als Deutsche bevorzugen. Unsere Befragung zeigt aber, daß nur ein geringer Anteil der befragten deutschen Expatriates dies erkannte und damit umgehen konnte.

Während den Interviewgesprächen konnte ich sehr oft die Unzufriedenheit, den Ärger und die Verzweiflung der befragten Expatriates über diese „chinesischen Eigenschaft“ beobachten und fühlen. Ich konnte (und kann) sie auf der einen Seite sehr gut verstehen, auf der anderen Seite bedauerte (und bedauere) ich es, daß sie außer stereotyper Zuschreibungen keine Lehre aus ihren negativen Erfahrungen ziehen konnten. Hier ist ein Auszug aus einem Interview:

F: Sind die Chinesen ehrlich?

A: Nein, ein ganz klares Nein. Es gibt Mitarbeiter, denen ich vertrauen kann. Nur, ich habe die Erfahrung gemacht, daß dieses Vertrauen nicht zurückgeschenkt wird. In Europa bekommen Sie immer ein Feedback, wenn Sie einen Auftrag geben, ob das gemacht wird, oder ‚Nein, das geht nicht‘. Hier bekommen Sie keine Rückmeldung. Mit der Zeit kriegen Sie einen riesigen Kopf. Sie müssen zu den Leuten gehen und fragen, ist das gemacht, ist jenes gemacht. Was auch dazu führt, daß der Mitarbeiter sich kontrolliert fühlt, und glaubt, ich vertraue ihm nicht. Aber das ist nicht der Fall.⁸⁹

Der Befragte hat zwar die Erfahrung gemacht, daß er von Chinesen selten ein „Ja“ oder „Nein“ direkt bekommen konnte, wußte aber nicht, wie er damit umgehen sollte. Aus seiner Aussage kann man seine Ratlosigkeit erkennen. Er wählte den deutschen Weg, indem er seine Mitarbeiter immer wieder direkt fragte, ob dies oder jenes gemacht wurde. Wie seine Erfahrung zeigte, das ist aber keine ideale Lösung. Es versteht sich, daß es nicht sinnvoll wäre, allen seinen chinesischen Mitarbeitern in China den deutschen Kommunikationsstil zu vermitteln und ihn verwenden zu lassen. M. E. sollte er sich mit der chinesischen Kommunikationsweise vertraut machen, sich darauf einstellen und neue Verfahrensmöglichkeiten suchen. Mit ein bißchen Sensibilität wird ihm sicher gelingen,

⁸⁸ In den eckigen Klammern werden mögliche Gedanken der Sprecher wiedergegeben.

⁸⁹ Interview in Jiangyin (Provinz Jiangsu) am 12.04.99.

durch einen indirekten Weg herauszufinden, ob seine Mitarbeiter ihre Aufgaben erfüllten oder nicht, ohne ihnen das Gefühl zu geben, kontrolliert zu werden.

In Kapitel 4.2.2 wurde auf die wichtige Bedeutung der Sprachkenntnisse hingewiesen. Viele deutsche Expatriates gingen auch davon aus, daß die Sprache das Hauptproblem für die Kommunikation mit Chinesen ist und nicht die Kultur. Beispiele aus diesem Kapitel zeigen jedoch, daß Sprache zwar einem helfen kann, andere zu verstehen und verstanden zu werden, aber ohne die hinter der Sprache verborgenen soziokulturellen Hintergründe und damit verbundenen Kommunikationskonventionen kennenzulernen, kann Sprache auch dazu führen, die anderen mißzuverstehen und mißverstanden zu werden. Die folgende Szene, die ich während eines Interviews erlebte, soll verdeutlichen, daß auch Expatriates, die direkt auf Englisch oder Chinesisch bzw. Deutsch mit Chinesen kommunizieren können, die chinesischen Kommunikationsstrategien und -konventionen gut kennen müssen, um Mißverständnisse oder Konflikte zu vermeiden:

Während eines Interviewgesprächs mit einem chinesischen Manager kam der deutsche Generalmanager zu Besuch. Er sagte zum chinesischen Manager und mir, daß er uns nicht stören wollte, aber er hatte gerade etwas in der Werkhalle gesehen und wollte es uns gern erzählen. Es ging darum, daß er zufällig die folgende Szene gesehen hatte: Ein Arbeiter wechselte eine Glühbirne, sieben acht Leute standen um ihn herum und schauten zu. Er sagte besorgt zu dem chinesischen Manager, wenn es weiter so ginge, werde das Unternehmen bald schließen müssen. Da beruhigte ihn der chinesische Manager: „I will take care of this.“ [Ich werde mich darum kümmern.] (die beiden kommunizierten in Englisch). Der deutsche Manager sagte dann, er werde später immer eine kleine Kamera bei sich haben und alle solchen Szenen aufnehmen. Er werde dann die Bilder aufhängen lassen, damit alle Mitarbeiter sie sehen könnten. Seine Mimik zeigte, daß er von seiner eigenen Idee begeistert war. Darauf antwortete der chinesische Manager lächelnd: „We will see, we will see, en, perhaps we will have a better method.“[Wir werden sehen, vielleicht gibt es eine bessere Lösung.]⁹⁰

Als der deutsche Manager gegangen war, erklärte mir der chinesische Manager, daß mindestens 80% der Mitarbeiter sehr fleißig seien. Solche Vorfälle gebe es nur deshalb, weil das Unternehmen in der derzeitigen Anfangsphase noch nicht genügend Aufträge habe und die Mitarbeiter deshalb nicht voll ausgelastet seien. Er meinte, ein Unternehmen sollte seine Mitarbeiter so behutsam behandeln wie ein Staat seine Soldaten: „Man unterhält jahrelang die Truppen, um sie in einer Stunde einzusetzen“ (*Yangbing qianri, yongbing yishi* 养兵千日，用兵一时). Alle Mitarbeiter in dieser Abteilung seien Fachkräfte, Fachkräfte

⁹⁰ Erlebnis bei einem Interview in Shanghai am 05.03.99.

wie sie seien nicht leicht zu finden. Deshalb sei die Methode, die der deutsche Manager benutzen wolle, nicht geeignet. Das Gefühl und das Gesicht der Mitarbeiter würden dadurch verletzt. Er werde zunächst mit dem zuständigen Abteilungsleiter darüber sprechen und ihn eine Lösung finden lassen. Vielleicht könnten diese Mitarbeiter zunächst in anderen Abteilungen eingesetzt werden. Der chinesische Manager sagte zwar: „Wir werden sehen, vielleicht gibt es eine bessere Lösung“, er meinte jedoch: „Nein, das ist keine gute Lösung.“ Das Wort „vielleicht“ ist hier nur eine Höflichkeitsmarkierung. Falls der deutsche Manager die Antwort seines chinesischen Managerkollegen als eine schwache Nichtübereinstimmung verstand, und später nach seiner eigenen Idee handelte, dann würde sicherlich ein Konflikt entstehen.

4.4 „Jeder dieser Herren hat Angst, sein Gesicht zu verlieren“⁹¹

4.4.1 Darstellung des Problems

Im Buch *Chinese Characteristics* verwies der amerikanische Missionar Arthur H. Smith auf die zentrale Bedeutung des chinesischen Gesichtskonzeptes. Das Gesicht sei der Schlüssel zum Verständnis von vielen der wichtigsten Eigenschaften der Chinesen (Smith 1986:17). In unserem deutschen Datenmaterial wurde das Stichwort „Gesicht“ in 20 Gesprächen angesprochen. 13 befragte Expatriates bestätigten, daß man bei der Kommunikation mit Chinesen darauf achten sollte, das eigene Gesicht und das Gesicht der Chinesen nicht verlieren zu lassen. Nur fünf Befragte meinten, daß man keine Rücksicht darauf nehmen sollte, weil das chinesische Gesichtskonzept bloß ein „Mythos“ sei und die Maxime „kein Gesicht verlieren zu lassen“ ein „*Verhandlungs- oder Verkaufstrick*“ der Chinesen sei.⁹² Eine Befragte erwähnte, daß in der deutsch-chinesischen Wirtschaftszusammenarbeit das kollektive Gesicht der Chinesen in der Vergangenheit eine größere Rolle als in der Gegenwart gespielt hätte.⁹³ Ein weiterer Befragter ging davon aus, „*niemand auf der Welt verliert gern sein Gesicht*“.⁹⁴ Generell hätten jedoch Chinesen größere Angst als Deutsche, ihr Gesicht zu verlieren. Es sei für Deutsche oft nicht leicht zu erkennen, wo und wann es gilt, das Gesicht zu wahren, und was im Einzelfall mit Gesicht gemeint ist. Hierzu zwei

⁹¹ Interview in Jiangyin (Provinz Jiangsu) am 12.04.99.

⁹² Interviews in Beijing am 08.03.99, 10.03.99, 11.03.99, 17.03.99 und in Shanghai am 26.09.97.

⁹³ Interview in Beijing am 16.03.99.

⁹⁴ Interview in Shanghai am 16.09.96.

Beispiele der Aussagen aus den Interviews:

Jeder dieser Herren hat Angst, sein Gesicht zu verlieren, weil er einen Vorschlag von einem Westler folgt und die Idee nicht von ihm selbst kommt. Also, die Vorschläge, dieses Engagement wird nur dann akzeptiert und entgegengenommen, wenn es von der chinesischen Seite selber kommt. Sie müssen also den Chinesen eine Idee quasi suggerieren. Sie dürfen die Idee nicht selber haben.⁹⁵

„Ich erklärte einem chinesischen Ingenieur, was und wie er es machen sollte bei der Montage einer Anlage. Aber er machte nichts. Da dachte ich, er wollte seine Hände nicht dreckig machen, und ich habe mich ziemlich darüber geärgert. Später kam er zu mir und erklärte, daß er als Ingenieur seine Autorität und auch sein Gesicht verlieren würde, wenn er vor seinen Leuten einfach nach der Anweisung eines jungen ausländischen Technikers arbeitet. Er bat um mein Verständnis und meinte, er würde es schon tun, wenn ich ihm später allein zeige, wie er es machen sollte. Ich habe es akzeptiert und erklärte es ihm entweder allein, und er machte es dann auch, oder ich erklärte es ihm vor seinen Leuten, und ließ seine Leute die Handlung nach seiner Anweisung ausführen. Damit ist die Welt wieder in Ordnung, und alle sind wieder zufrieden.“⁹⁶

4.4.2 Analyse des Problems

Die Erfahrungen und Beobachtungen dieser beiden Befragten treffen durchaus zu. Nach dem chinesischen Gesichtskonzept hängt das Gesicht (*mianzi* 面子) einer Person mit seinem Sozialstatus zusammen. Je höher der Status und die Ausbildungen einer Person sind, desto größer ist seine Angst, Gesicht zu verlieren. Ein älterer oder gebildeter Chinese betrachtet es als eine gesichtsbedrohende Situation, wenn ihm Kenntnisse von jüngeren, gleichrangigen oder Personen mit niedrigeren Sozialstatus vermittelt werden, weil er dadurch seine Kompetenz angezweifelt würde. Gleichzeitig geht er davon aus, daß ihm von diesen jüngeren oder rangniedrigeren kein Gesicht gegeben wird.

Ein älterer deutscher Befragter empfahl deshalb, daß man in der Zusammenarbeit vermeiden sollte, den chinesischen Partner zu belehren, sondern immer versuchen, ihn dadurch zu überzeugen, daß seine Ideen in der Endlösung eingebaut und integriert werden.⁹⁷ Mit anderen Worten sollte man darauf achten, dem chinesischen Partner Gesicht zu geben. Dieser Ratschlag mag sehr pedantisch klingen, aus unserem Datenmaterial ergibt sich jedoch, daß viele Expatriates wenig darauf achten, ihren chinesischen Partnern Gesicht zu

⁹⁵ Interview am 12.04.99 in Jiangyin (Provinz Jiangsu).

⁹⁶ Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 08.03.99.

⁹⁷ Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 08.03.99.

geben. Die Besserwisserei wurde sowohl von befragten Deutschen als auch von befragten Chinesen als ein typischer Fehler der Deutschen in China genannt. Beispiele der Kritik sind:

F: Worauf sollte sich jemand gefaßt machen, was würden Sie sagen?

A: Ich glaube, die meisten Fehler, und da muß ich sagen, kritisiere ich die eigenen Leute, die Deutschen, und zwar, die machen den Fehler, sich nicht mit dem Land auseinanderzusetzen, und neigen viel zu viel dazu, einfach zu kritisieren und sich besser darzustellen, auf einem höheren Level zum Beispiel als den Gastgeber, und man sollte es an und für sich ganz dick hinter die Ohren schreiben, man ist Gast hier. Und man sollte sich auch mal in die Lage versetzen, man ist hier Ausländer, ja, man ist hier nicht der König. Wir dulden das ja auch in Deutschland nicht, daß Ausländer Könige sind, das heißt, man muß sich auf gewisse Dinge heruntersetzen und man muß auch die Gastfreundschaft respektieren, und was ganz wichtig ist, andere Anschauungen nicht als dumm und öde abqualifizieren, sondern man muß andere Ansichten sich anhören, evaluieren und dann eine Entscheidung treffen. Nicht einfach von vornherein sagen, ach, was die Chinesen sagen ist dumm. Das ist ein ganz blöder approach, der leider, leider, immer wieder gehört wird.⁹⁸

F: Was würden Sie sagen, ist so der größte Fehler, den ein Deutscher in China begehen kann?

A: Ich habe leider davon auch welche erlebt, die gesagt haben, wir sind die Herrenrasse, wir kommen von einem anderen Stern oder umgekehrt. Haben sich dementsprechend aufgeführt, haben die Chinesen als, ich sage mal, als dritte Garnitur behandelt. Die haben die Chinesen als dritte Wahl behandelt. Von oben herab, Hände auf dem Rücken, und da haben wir also die, also, ich habe da welche erlebt. Wir beide hatten das auch im Hotel in Peking, daß die sich da aufgeführt haben, da war eine Messe und da wollte ich erst aufstehen und die mal ein bißchen zurechtstutzen, meine Landsleute aus Deutschland, also, das war widerlich, also, auch das chinesische Personal da, hat auch schon ganz pikiert geguckt. Was haben wir gemacht, wir haben bezahlt, sind rausgegangen. Und auch Besserwisserei, daß du mehr weißt, wie die Chinesen und das auch noch zeigt, das ist auch der größte Fehler, den einer machen kann. Wir wissen zwar mehr, aber das kann man auch anders ausdrücken.⁹⁹

Unser Datenmaterial zeigt gleichzeitig, daß die Verankerung des Gesichtskonzeptes in Handlungsnormen von vielen deutschen Befragten nicht wahrgenommen wurde.¹⁰⁰ Nicht selten wurde das chinesische Gesichtskonzept als ein „*typisch chinesisches Problem*“, oder als „*altes chinesisches Denken*“¹⁰¹ betrachtet. Denn nach dem deutschen Verständnis sollte

⁹⁸ Interview in Beijing am 12.03.99.

⁹⁹ Interview in Changzhi (Provinz Shanxi) am 22.03.99.

¹⁰⁰ Eine ähnliche Beobachtung machte auch Nagels in ihrer Untersuchung. Vgl. Nagels 1996: 44.

¹⁰¹ Interview am 16.00.97 in Shanghai.

es im Geschäftsleben keine Rolle spielen.¹⁰² Chinesen könnten „*ruhig auch mal ihr Gesicht verlieren*“.¹⁰³ Der folgende Auszug aus einem Interview spiegelt diese Einstellung einiger Deutschen wider:

F: Neben diesen Sprachkenntnissen, was sollte man noch lernen? Sie haben vorher gesagt, im Kopf der Chinesen

A: Zum Beispiel das Gesicht verlieren, ich kann kein Gesicht verlieren, wenn Sie Ihr Gesicht verlieren, sehen Sie es dann nicht mehr im Spiegel.

F: Aber mit Gesicht meint man hier etwas anders

A: Wie heißt es in Deutschland? Was ist für Sie Ihr Gesicht verlieren?

F: Für mich?

A: Ja, für Sie als Chinesin. Da heißt immer, das darf man nicht machen, da verliert er sein Gesicht. Um Gottes Willen.

F: Manche Leute verlieren leicht ihr Gesicht, wenn sie sich beleidigt fühlen.

A: Wenn jemand beleidigt ist?

F: Ja.

A: Das ist die chinesische Mentalität. Wenn jemand beleidigt ist, dann soll er doch beleidigt sein. Darf doch in Deutschland jeder beleidigt sein. Es darf in China jeder beleidigt sein.

A2(A's Eherau): Ja, der beleidigt wird, fühlt sich aber nicht so toll.

F: Wenn eine dritte Person mit dabei ist,

A2: die das mitkriegt, ist nicht toll.

W: Und? Und? Was ist die Konsequenz? Für mich als Europäer gibt es keine Konsequenz daraus. Ich kann mit jemandem an einem Tisch streiten, dann kann ich aufstehen, und dann gehe ich nach Hause. Am anderen Tag komme ich, und dann ist alles vorbei, und es geht wieder von vorne los. Das hat doch mit Gesicht verlieren nichts zu tun.¹⁰⁴

Die Aussagen vieler Befragten zeigen, daß auch wenn den Deutschen der Begriff „Gesicht“ bekannt ist, und das Streben nach Gesichtswahrung und die Angst vor Gesichtsverlust universale Phänomene sind, ist es in interkultureller Kommunikation nicht leicht, gesichtsbedrohende Situationen zu erkennen.

In ihrem Buch *Politeness. Some Universals in Language Usage* gehen Brown/Levinson (1987) von einem universellen *face*-Konzept aus. Dabei unterscheiden sie zwischen „*positive face*“ und „*negative face*“. Während das „*positive face*“ eines Individuums die Anerkennung, Sympathie und Respekt von anderen beinhaltet, bedeutet das „*negative face*“ die Entscheidungs- bzw. Handlungsfreiheit. Durch Selbsterniedrigung riskiert man sein eigenes „*positive face*“. Bitten, Aufforderungen oder Ratschläge kann jemandes „*negative*

¹⁰² Interview in Shanghai am 26.09.97.

¹⁰³ Interview in Beijing am 17.03.99.

¹⁰⁴ Interview in Shanghai am 16.10.97.

face“ bedrohen, weil dadurch sein Handlungsspielraum eingeschränkt wird. Kaum ein traditionsbewußter Chinese würde aber daran denken, daß das „*negative face*“ des anderen bedroht, wenn er trotz der Ablehnung des anderen auf seinem Angebot einer Einladung besteht. Denn für Chinesen gehört das zur Höflichkeit. Man würde damit den anderen nur „Gesicht geben“ (*gei mianzi* 给面子). In der chinesischen Kultur versteht man Selbsterniedrigung in der Regel als Bescheidenheit und Zeichen der Kultivierung, deswegen kann man damit nur Gesicht gewinnen. Selbsterniedrigung bedeutet gleichzeitig auch, dem Kommunikationspartner Gesicht zu geben. Während der Satz „Nein, ich verstehe nicht“ im deutschen normalerweise keinen Gesichtsverlust der beiden Kommunikationspartner verursachen würde, glauben viele Chinesen, dadurch sowohl man selbst als auch sein Kommunikationspartner sein Gesicht verlieren würde, weil man seine Unwissenheit offenlegt und dadurch die pädagogische Unfähigkeit seines Kommunikationspartners offenkundig würde.

Diese Beispiele verdeutlichen, daß sich die Bedeutung des Begriffs „Gesicht“ in den jeweiligen Kulturen unterscheidet.¹⁰⁵ Auch die Art, wie man sein Gesicht vor anderen wahrt und schützt, die Gründe, aus denen man sein Gesicht verlieren kann, sind von den gesellschaftlichen Normen und Konventionen einer Kultur abhängig.

4.4.3 Exkurs: Das chinesische Gesichtskonzept

Kulturelle Bedeutungen von „Gesicht“ im Chinesischen

Mianzi 面子 wird oft als „Gesicht“ ins Deutsche übersetzt. Es hat jedoch in der chinesischen Kultur ganz andere Bedeutungen als das deutsche Wort. *Mianzi* ist nicht das konkrete Gesicht, das man jeden Morgen im Spiegel betrachtet und waschen muß, sondern etwas Abstraktes. Das chinesische Wort für „die Vorderseite des menschlichen Kopfes vom Kinn zum Haaransatz“¹⁰⁶ heißt *lian* 脸 oder *mian* 面. Im modernen Chinesisch benutzt man normalerweise das Wort *lian* für das physische Gesicht. *Mian* wird im modernen Chinesisch als Morphem benutzt, als eigenständiges Wort kommt es aber nur im klassischen Chinesisch

¹⁰⁵ Näheres zur Bedeutung des chinesischen Gesichtskonzeptes und zu Unterschieden zwischen dem deutschen und chinesischen Gesichtskonzept vgl. Kuhn/Ning/Shi 2001, Teil IV. Kap. 1.3.2.

¹⁰⁶ Drodowski, Günther (Hg.) (1977): Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache. 6 Bde. Mannheim u.a. S.1017.

vor. Sowohl das Wort *lian* als auch *mian* und das Kompositum *lianmian* haben darüber hinaus übertragene Bedeutungen.

Das Wort „Gesicht“ hat auch im Deutschen einige abstrakte Bedeutungen, wie etwa in den Ausdrücken „das Gesicht wahren“ und „das Gesicht verlieren“. Nach dem sechsbändigen *Duden* bedeutet „das Gesicht wahren oder retten“: „den Schein wahren, so tun, als ob alles in Ordnung sei“; und „das Gesicht verlieren“ heißt: „sein Ansehen, seine Wertschätzung verlieren“. Der *Duden* verweist darauf, daß diese beiden Ausdrücke eigentlich aus dem Englischen („to save one's face“ und „to lose one's face“) stammen und „das Gesicht verlieren“ tatsächlich „einen ostasiatischen Ursprung“ habe und „die würdige Haltung und die unbewegliche Miene verlieren“ bedeute (Drodowski 1977:1017). Der Bedeutungsgehalt des chinesischen Ausdrucks für „das Gesicht wahren“ oder „das Gesicht verlieren“ (*bao mianzi* 保面子 bzw. *diu mianzi* 丢面子) ist mit ihnen jedoch nicht deckungsgleich, da der Bedeutungsumfang des chinesischen Wortes *mianzi* viel weiter ist als der des deutschen Begriffes „Gesicht“.

Vor mehr als 60 Jahren schrieb Lin Yutang, daß sich das chinesische Wort *mianzi* weder übersetzen noch definieren lasse (Lin 1935:251). Wie kann man dann *mianzi* verstehen? Um der Antwort auf diese Frage näher zu kommen, hilft vielleicht ein Exkurs in die chinesische Sprache. Der Sinologe Marcel Granet hat einmal gesagt, daß die chinesische Sprache nicht zur Aufzeichnung von Begriffen, zur Analyse von Gedanken oder zur logischen Darlegung bestimmter Lehren angelegt sei. Vielmehr sei sie ganz und gar zur Übermittlung gefühlsmäßiger Einstellungen, zum Suggestieren einer bestimmten Handlungsweise, zum Überzeugen und Bekehren geschaffen (Granet 1963:58).

Dieser kühnen Aussage werden viele nicht zustimmen können, aber m.E. weist sie in die richtige Richtung. Wir können davon ausgehen, daß das Wort *mianzi*, ebenso wie *yin* 阴, *yang* 阳¹⁰⁷ und zahlreiche andere chinesische Wörter, keinen Begriff darstellt, dessen Inhalt man sprachlich präzise wiedergeben kann, sondern daß es bei ihnen immer darum geht, den Menschen bestimmte Handlungsweisen zu suggerieren und eine Reihe von Vorstellungen und Assoziationen ins Bewußtsein zu rufen. Deshalb definieren Chinesen den Begriff

¹⁰⁷ *Yin* und *yang* sind in der chinesischen Philosophie und Medizin die zwei einander entgegengesetzten Prinzipien der Natur: *Yin* ist das weibliche, kalte, passive, feuchte und negative, und *yang* das männliche,

mianzi nicht, sondern sie benutzen das Wort nur, um das soziale Verhalten der Menschen zu beschreiben und zu beeinflussen.

Im Wörterbuch steht, *mianzi* ist die Außenseite eines Objekts. Bei Menschen ist *mianzi* zunächst ihre Außenseite in einem abstrakten Sinn, also etwa ihr sozialer Wert. *Mianzi* ist aber auch eine psychische Größe und hat insofern Ähnlichkeit mit den Begriffen Würde, Ansehen, Prestige, Ruf und Ehre, ohne jedoch ganz mit ihnen identisch zu sein. In einer Arbeit über das chinesische „Gesicht“ erklärt David Yau-fai Ho das chinesische Gesicht folgendermaßen:

„Face is the respectability and defence which a person can claim for himself (or herself) from others, by virtue of the relative position he (or she) occupies in his (or her) social network and the degree to which he (or she) is judged to have functioned adequately in that position as well as acceptably in his (or her) general conduct. Face is the reciprocated compliance, respect and/or deference that each party expects from and extends to the other party.“ (Ho 1976: 833)

Das chinesische Gesicht ist seiner Meinung nach also Respekt und Ansehen, das einem Menschen durch seinen sozialen Wert, seine Tugend, seine Beziehungen und seinen Status gebührt und das er seinen Mitmenschen erteilt.

Das Gesicht im Sinn von *mianzi* gehört zum Sozialkapital einer Person. Man kann es durch Vorzüglichkeit oder Erfolg gewinnen. Im Chinesischen kann man sagen, jemand habe ein großes oder kleines Gesicht (*mianzi da* 面子大, *mianzi xiao* 面子小). Je höher die Position oder der soziale Status der Person, desto größer ist sein *mianzi*. Eine prominente Person hat normalerweise ein großes *mianzi*, ebenso wie jemand, der über viele Beziehungen verfügt. Bei sozialen Interaktionen möchte jeder sein Gesicht für sein Image, seine Würde, sein Ansehen oder seine Ehre in der Öffentlichkeit bewahren und damit den Respekt der anderen gewinnen. Das Gesicht gewährleistet, als ein moralisch einwandfreier Mensch akzeptiert zu werden. Wer sein Gesicht verliert, der hat seinen Wert als Mensch verloren. Deswegen ist das „Gesicht“ sein höchstes Gut.

Nach Ansicht von Lin Yutang wird *mianzi* nicht durch Vernunft, sondern durch soziale Übereinkunft gelenkt (Lin 1935:251). Oft steht jemand mit einem großen *mianzi* sogar außerhalb des Gesetzes. *Mianzi* ist ein Maßstab, nach dem sich das soziale Leben in China

in jeder Beziehung regelt. Jeder braucht *mianzi*, und zwar nicht nur, um anderen Leuten gegenüberzutreten zu können, sondern auch, um sich seiner eigenen Identität und Integrität zu vergewissern. Im chinesischen Sozialleben spielt *mianzi* deshalb eine wichtige Rolle. Wenn es jemandem gelingt, ein großes *mianzi* zu erlangen, dann kann er viel erreichen. Wenn jemand aber sein *mianzi* verliert, zum Beispiel durch einen Fehler, durch einen Verstoß gegen die Anstandsregeln oder durch einen Skandal, dann wird nicht nur seine Ehre, sein Ansehen und seine Würde oder sein Prestige beeinträchtigt. Der Verlust des „Gesichtes“ hat gravierende Folgen: Der Betreffende büßt seine Macht ein, und seine Kompetenz oder seine Moral wird in Frage gestellt. Er wird nicht mehr als ein gleichwertiger Mensch behandelt. Die anderen würden ihm später auch kein *mianzi* mehr zugestehen. Er befindet sich also in völliger sozialer Isolation. Deswegen versucht jeder Chinese, sein eigenes Gesicht vor den anderen zu wahren und zu schützen, und gleichzeitig wird er es vermeiden, das Gesicht anderer Menschen zu verletzen. Personen, die einem nützlich sein könnten, sollte man möglichst viel *mianzi* schenken. Für Chinesen ist das Bewahren von *mianzi* ein grundlegender Bestandteil des allgemeinen Verhaltenskodexen.

Chinesische Verhaltensweisen nach dem mianzi-Prinzip

Da das *mianzi*-Prinzip im gesellschaftlichen Leben Chinas allgegenwärtig ist, gibt es eine Reihe von Redewendungen zum „Gesicht“, die im folgenden kurz vorgestellt und erläutert werden sollen. Sie beleuchten verschiedene Aspekte von *mianzi* und ergeben zusammengenommen einen Überblick über Inhalt und Bedeutung des Phänomens, der alle wesentlichen Punkte berücksichtigt.

1. *Jiang mianzi* 讲面子 (Wörtlich: von *mianzi* sprechen)

Der Ausdruck *jiang mianzi* besagt, über die wörtliche Bedeutung weit hinausgehend, daß in China immer und bei jeder Angelegenheit das Gesicht berücksichtigt wird. Dies zeigt sich daran, daß Chinesen besonders auf Alters- und Statusunterschiede achten. Man möchte (und sollte) immer wissen, in welchem Verhältnis man zu den Kommunikationspartnern steht. Eine wichtige Aufgabe von *li* 礼 (Etikette, Sitte oder Höflichkeit) ist es, Kriterien und Formen anzubieten, damit man den Mitmenschen entsprechend der Größe seines *mianzi* korrekt behandeln kann. „Form über Inhalt“ ist ein unverkennbares Merkmal der

chinesischen zwischenmenschlichen Beziehungen. Personen mit großem *mianzi* erweist man nicht nur Respekt, man gewährt ihnen auch Privilegien und Vorrechte. Da *mianzi* auch die Erscheinung eines Menschen in den Augen der anderen ist, achten die Chinesen sehr darauf, welchen Eindruck sie auf andere machen. So ist nicht das, was man über sich selbst denkt, sondern das, was die anderen über einen denken, wichtig.

2. *Ai mianzi* 爱面子 (Wörtlich: das Gesicht lieben)

Das Sprichwort: „Ein Baum braucht seine Rinde, und der Mensch sein Gesicht“ (*shu yao pi, ren yao lian* 树要皮,人要脸) ist in China allgemein bekannt. Auch hier zeigt sich, daß Chinesen ein anderes kulturelles Verständnis von „Gesicht“ haben als Europäer.¹⁰⁸ Anders als *mianzi*, das vor allem die äußere Erscheinungsform eines Menschen vor den anderen, also etwa Ruf, Prestige oder Image, bezeichnet, hängt *lian* enger mit dem moralischen Wert der betreffenden Person zusammen. In der chinesischen Kultur ist jemand, der nicht auf sein Gesicht achtet, kein vollwertiger Mensch, denn er hat weder Moral noch Schamgefühl. Die Mitmenschen wollen nichts mit ihm zu tun haben, und die Gesellschaft stößt ihn aus. So ist *bu yao lian* 不要脸 (kein Gesicht mehr haben wollen) eines der schlimmsten Schimpfwörter im Chinesischen und kann einen Menschen im höchsten Grade verletzen.

Ein Mensch mit „dicker Gesichtshaut“ (*hou lianpi* 厚脸皮) hat ein dickes Fell und ist frech, und wessen „Gesichtshaut dünn“ ist (*lianpi bao* 脸皮薄), ist ein empfindlicher oder schüchterner Mensch. Es gehört zum Nationalcharakter der Chinesen, daß sie ihr Gesicht ganz besonders lieben und schätzen. Für sein *lian* kann man sogar sterben. Viele Frauen, die vergewaltigt wurden, glaubten, daß sie kein *lian* mehr hatten, und nahmen sich deswegen das Leben. Ich erinnere mich immer noch gut an ein Ereignis aus meiner Studienzeit in den 80er Jahren: Ein junger Student sang bei einer Party ein Lied, traf aber den Ton nicht. Es klang sehr komisch, und die anwesenden Studenten, von denen viele seine Kommilitonen waren, mußten lachen. Der Student glaubte, sein Gesicht dadurch verloren zu haben. Deshalb beging er noch in derselben Nacht Selbstmord. Das ist sicherlich ein sehr drastisches Beispiel, und natürlich würden nicht alle Chinesen wegen eines Gesichtsverlusts sterben oder sterben wollen. Chinesen sind jedoch in Bezug auf ihr *mianzi* und *lian* besonders sensibel. Das Gesicht ist ihre empfindlichste Stelle. Wenn jemand an Gesicht

¹⁰⁸ Wenn im Text Chinesen und ihr Gesicht erwähnt werden, ist immer das Gesicht im chinesischen Sinn,

verliert, so fühlt er sich sofort tief verletzt. In diesem Sinne ist das Gesicht die Achillesferse der Chinesen.

Um sein *mianzi* zu schützen, kann oder muß man andere Dinge opfern. Da Kritik immer dem *mianzi* schadet, vermeidet man nach Möglichkeit einen offenen Konflikt, auch wenn es sich nur um Sachfragen handelt. Manche Ausländer bekommen deshalb den Eindruck, daß Chinesen konfliktscheu sind. Da Chinesen ihr eigenes *mianzi* lieben, würden sie es auch niemals riskieren, das *mianzi* anderer zu gefährden. So beklagten einige deutsche Expatriates in China, daß ihnen ihre chinesischen Mitarbeiter niemals offen ihre Meinung sagten. Auch wenn die Chinesen mit Planungen und Entscheidungen nicht einverstanden waren, sagten sie das nicht direkt. Ein deutscher Ingenieur in Shanghai fragte mich einmal: „Warum sagen die Chinesen mir nicht offen, was sie denken? Sie können mich ruhig kritisieren oder widersprechen, wenn sie eine andere Meinung haben. Mein Gesicht bleibt doch immer da, wenn ich in den Spiegel schaue!“ Er hatte das chinesische Gesichtskonzept offensichtlich noch nicht verstanden und erwartete, daß sich Chinesen in China wie Deutsche verhalten.

In der chinesischen Gesellschaft zeigt man schon dadurch, daß man schweigt oder dem Gesprächspartner nicht ins Gesicht schaut, daß man mit seinen Ansichten nicht einverstanden ist. Als ich einen etwa 40-jährigen chinesischen Abteilungsleiter in einem deutsch-chinesischen Joint-Venture fragte, ob er Fehler der Deutschen in seinem Unternehmen direkt ansprechen würde, antwortete er: „Wenn wir merken, daß der Deutsche etwas Falsches gemacht hat, geben wir ihm einen Wink. Das sollte er normalerweise schon verstehen. Wenn wir dreimal einen Hinweis gegeben haben und er nicht entsprechend reagiert, dann heißt es, daß er nicht verstehen will. Wozu muß man ihm das noch ins Gesicht sagen. Das schadet dem *mianzi* beider Seiten.“¹⁰⁹ Es geht hier also um zwei vollkommen verschiedene Gesichtskonzepte und Denkweisen. In der interkulturellen Kommunikation sind solche Probleme sehr häufig. Man muß sich deswegen für die Kulturunterschiede sensibilisieren. Bei der Zusammenarbeit mit Chinesen muß man sich der Bedeutung von *mianzi* ständig bewußt sein.

nämlich *mianzi* oder *lian* gemeint.

¹⁰⁹ Zitiert aus einem Interview in Shanghai am 17.10.97.

3. *Gei mianzi* 给面子 (Wörtlich: Gesicht geben/schenken)

Mianzi kann man nicht nur bekommen oder sich erwerben, sondern auch einem anderen schenken. Weil Chinesen *mianzi* lieben, ist *mianzi* das wertvollste und beliebteste Geschenk. Besonders für hohe Beamte, Prominente oder vornehme Persönlichkeiten ist nichts kostbarer als *mianzi*. Man kann auf zwei verschiedene Arten einem anderen *mianzi* geben. Zum einen kann man ihm durch Respekt, Komplimente, Lob, Anerkennung, Sympathiebekundung, Entgegenkommen bei seinen Wünschen, Geschenke oder Einladungen *mianzi* schenken (in der englischsprachigen Literatur wird dies „positive face“ genannt, vgl. Brown/Levison 1987), und zum anderen kann man das *mianzi* anderer Personen schonen, in dem man zum Beispiel einen Fehler oder die Unfähigkeit einer Person nicht vor Dritte, und schon gar nicht in der Öffentlichkeit, aufzeigt und keine Peinlichkeit erzeugt. Auch wenn jemand wirklich etwas falsch gemacht hat, soll man ihm möglichst nicht dieses Gefühl geben; man sagt ihm lieber, daß es anders gemacht werden sollte. Jemanden direkt abzulehnen bedeutet in China, ihm kein *mianzi* zu geben. Deswegen fällt es den meisten Chinesen sehr schwer, direkt „Nein“ zu sagen. Dies gilt allerdings nur für Interaktionen zwischen Bekannten. Leuten, mit denen man nie wieder zu tun haben wird, wird oft kein *mianzi* gegeben. Aber Chinesen haben ein langes Gedächtnis für „gute“ und „schlechte“ Taten, besonders bezüglich des *mianzi*.

Im Westen wird zwar ebenfalls betont, daß man einen Gesichtsverlust des Partners vermeiden soll, aber dem Kommunikationspartner „positives Gesicht“ zu geben ist dort eher unbekannt. Deswegen wissen Ausländer in China oft nicht, wie sie *mianzi* geben können, und gelten daher schnell als arrogant. Das folgende typische Beispiel habe ich selbst erlebt:

Ein chinesischer Manager fuhr mit dem Zug von Köln nach Würzburg, um sich dort mit einem deutschen Manager zu treffen. Die Verhandlung dauerte fast drei Stunden. Nach dem Ende der Verhandlung brachte der deutsche Manager den Chinesen sofort zum Bahnhof, damit er mit dem nächsten Zug wieder nach Köln zurückfahren konnte. Er wußte, daß der Chinese am nächsten Tag nach Italien fliegen wollte. Der Chinese, der von 9 Uhr vormittags bis 15 Uhr unterwegs gewesen war, beklagte mir später über den Deutschen: „Er gab mir überhaupt kein *mianzi*.“

Der Deutsche hatte gegen das Gebot verstoßen, jemanden zur Essenszeit einzuladen. Für den Chinesen war dies eine Mißachtung seiner Person.

Europäer verwechseln *mianzi* oft mit Höflichkeit. *Mianzi* geht jedoch über die einfache Höflichkeit weit hinaus. Man läßt dem Gast sicher nicht nur aus Höflichkeit den Vortritt,

und auch, daß man selbst die kleine Visitenkarte mit beiden Händen überreicht, ist immer auch eine Sache des Gesichts. Chinesen haben diese Rücksichtnahme auf *mianzi* seit ihrer Kindheit gelernt. Viele deutsche Dozenten in China beklagen, daß die chinesischen Studenten nicht gerne nachfragen, auch wenn sie im Unterricht offensichtlich gar nicht verstanden haben. Sie glauben, das liege nur daran, daß die chinesischen Studenten Angst vor einem Gesichtsverlust haben. Vermutlich wollen die Studenten in einem solchen Fall aber vor allem dem Lehrer *mianzi* geben, denn es ist sicher ein Beweis für die didaktische Unfähigkeit des Lehrers, wenn seine Studenten ihn nicht verstehen. Um das Gesicht des Lehrers zu wahren, nehmen chinesische Schüler oder Studenten sogar das Nichtverstehen des Lehrinhalts in Kauf. Denn nichts ist schlimmer, als den gebildeten Lehrer vor seinen Schülern *mianzi* verlieren zu lassen.

Eine weitere Möglichkeit, *mianzi* zu geben, ist es, das *mianzi* anderer zu „vergrößern“. Dafür gibt es mehrere Möglichkeiten, zum Beispiel jemanden in der Öffentlichkeit oder vor Dritten zu loben, seinen Titel oder seine Fähigkeit zu betonen oder seinem Vorschlag Beachtung zu schenken, – auch, wenn man eigentlich wenig davon hält. Auch wenn man ein Anliegen ablehnen möchte, kann dies in einer Art und Weise geschehen, die dem anderen *mianzi* gibt. Man lehnt also nicht direkt ab, sondern indem man das Thema wechselt oder durch Übergehen oder Überhören signalisiert, daß man zumindest im Augenblick nicht über das Thema sprechen möchte. Solche Verhaltensmuster gelten in Deutschland nicht gerade als höflich, aber für Chinesen sind sie akzeptable Reaktionen (Tang/Reisch 1995:89).

Chinesen sind in Hinblick auf ihr *mianzi* so sensibel, daß sie alles darauf beziehen. Wer eine Einladung ausschlägt, verweigert dem Einladenden *mianzi*. Der in England lebende Pianist Fu Cong 傅聰 erzählte einmal von seinen Erlebnissen in Hong Kong. Wenn er dort Konzerte gab, mußte er nach der dortigen Sitte seinen Freunden Karten schenken. Als er einige Male nicht genügend Karten hatte, wurde ihm vorgeworfen, daß er seinen Bekannten kein *mianzi* gäbe (Zhou 1995:4). Natürlich konnten sich seine Freunde die Karten leisten, aber sie betrachteten das Schenken einer Karte eben als eine Form des Schenkens von *mianzi*.

Ein Musterbeispiel für die Anwendung des *mianzi*-Prinzips ist aus dem chinesischen Altertum überliefert. Die folgende Anekdote aus der Westlichen Zhou-Dynastie (1045

v.Chr. - 770 v.Chr.) ist ein Beispiel dafür, wie man auch in einem kritischen Fall jemandem noch *mianzi* geben kann. Ein König der Zhou-Dynastie hatte herausgefunden, daß einer seiner Minister oft Bestechungen in Form von Seide annahm. Er wollte ihn aber nicht entlassen, weil er seine Dienste noch brauchte. So fand der König eine Lösung, indem er dem Minister eine große Menge von Seide bringen ließ. Als der Minister zu ihm kam und sich für dieses Überraschungsgeschenk bedankte, sagte der König: „Ich habe gehört, Sie mögen diese Art von Geschenken. Deswegen dachte ich, Sie würden sich freuen, wenn Sie auch von mir solch ein Geschenk bekämen.“ Da wußte der Minister sofort, daß seine Bestechlichkeit entdeckt worden war. Der König hatte ihn zwar getadelt, dies aber in einer Art und Weise getan, die dem Minister gleichzeitig *mianzi* gab (Macgowan 1912:307).

Den Ausdruck: „Bitte geben Sie mir ein Gesicht 给我一个面子吧“ (*Gei wo yige mianzi ba*) hört man in China oft. Damit will der Sprecher die Kommunikationspartner zu einem bestimmten Verhalten veranlassen. Gegen diese „Waffe“ des Gesichts haben die Kommunikationspartner dann kaum noch eine Möglichkeit: Sie müssen der Forderung entsprechen.

4. *Diu mianzi* 丢面子 (Wörtlich: Gesicht verlieren)

Im allgemeinen sind Europäer dazu bereit, Fehler offen zu bekennen, Reue zu zeigen und sich zu entschuldigen, während Chinesen eher dazu neigen, Fehler zu vertuschen. Sie glauben, daß es ihrem *mianzi* schadet, wenn sie Fehler machen oder sie bekennen. Ihr *mianzi* ist gewissermaßen unantastbar und sein Verlust nicht wiedergutzumachen. Man sollte deswegen einen Chinesen niemals in eine „unerträgliche“ Situation bringen, in der er *mianzi* verlieren müßte, sondern ihm immer die Möglichkeit bieten, sich aus einer unangenehmen Situation unter Wahrung seines *mianzi* herauszuwinden, ihm also *mianzi* geben.

Da *mianzi* mit dem Sozialstatus zusammenhängt, haben Personen, deren Status höher ist, mehr zu verlieren. Jemand, der eine höhere Ausbildung und bessere Erziehung hat, fürchtet mehr, sein Gesicht zu verlieren. Intellektuelle sind in dieser Hinsicht sehr empfindlich. Der Grad des *mianzi*-Verlustes variiert auch je nach Anzahl der Zeugen. Sobald eine dritte Person bei einer *mianzi*-bedrohenden Handlung anwesend ist, wird der *mianzi*-Verlust sozusagen öffentlich. So vermeidet man es in China, in der Öffentlichkeit schwierige Fragen

zu stellen. Wenn nämlich die betroffene Person nicht in der Lage ist, die Frage zu beantworten, droht ihr sofort der Verlust von *mianzi*, weil dadurch ihre Kompetenz angezweifelt wird. Außerdem ist der *mianzi*-Verlust um so größer, je distanzierter die Personen zueinander stehen.

Weil das Individuum in China immer zu einer Gruppe gehört und dieser untergeordnet ist, bedeutet der Gesichtsverlust eines einzelnen den Gesichtsverlust der Gruppe. Die anderen Mitglieder der Gruppe schämen sich für ihn und meinen, daß auch ihr Gesicht dadurch gefährdet wird. Im Fall einer Ehescheidung wird z.B. das Gesicht einer ganzen Familie durch die Scheidung eines Familienmitgliedes bedroht. So ist der Ausdruck „Gesicht für jemanden verlieren“ (*gei mouren diulian* 给某人丢脸) sehr üblich. Da aber, wie bereits erwähnt, *mianzi* und *lian* nicht genau dieselbe Bedeutung haben, sind die beiden Ausdrücke *diu mianzi* und *diulian* nicht vollkommen identisch. Sie werden zwar beide als „Gesicht verlieren“ übersetzt, bei *diulian* liegt die Betonung aber auf dem moralischen Aspekt.

Jeder Konflikt ist für Chinesen eine gesichtsbedrohende Situation. Da durch eine direkte Konfrontation und Klärung wenigstens einer der Konfliktpartner sein Gesicht verlieren würde, ziehen Chinesen es vor, einen Vermittler oder einen Schlichter hinzuziehen.

Wer seinen Ärger und seine Unzufriedenheit offen zeigt, hat sich nach chinesischer Ansicht nicht unter Kontrolle. Sein Verhalten wird dahingehend interpretiert, daß er den anderen Anwesenden offenbar kein *mianzi* (mehr) geben möchte. In diesem Fall verlieren aber beide Interaktionspartner das Gesicht, denn ein Mensch, der sein Gefühle nicht kontrollieren kann, handelt unter seiner Würde. Wenn ein Vorgesetzter sich vor seinen Mitarbeitern so benimmt, dann ist er kein kompetenter Chef. Er stellt damit sein „Gesicht“, seine Macht und sein Renommee in Frage (Thomas 1995:127).

Aus Angst vor dem eigenen wie auch dem fremden Gesichtsverlust, scheut man davor zurück, mit Autoritäten zu sprechen und womöglich sogar seine eigene Meinung zu äußern und damit dem anderen zu widersprechen. Direkte Kritik bleibt fast immer unausgesprochen oder wird bestenfalls implizit geäußert. Deshalb sind nonverbale Signale bei der Kommunikation zwischen und mit Chinesen besonders wichtig.

5. *Kan mianzi* 看面子 (Wörtlich: auf das Gesicht schauen / das Gesicht berücksichtigen)

Da manche Leute ein besonders großes *mianzi* haben und andere nur ein kleines, werden sie oft unterschiedlich behandelt. Es ist jedoch für die kleinen Leute möglich, sich *mianzi* zu leihen, um ihr Ziel zu erreichen. Angesichts des großen *mianzi* eines Dritten werden sie ebenfalls begünstigt. Jemand sollte zum Beispiel wegen seiner mangelnden Qualifikation eigentlich entlassen werden, da er aber einen berühmten Vater hat, behält man ihn trotzdem. Eben so ist der Fall denkbar, daß jemand einen Wissenschaftler treffen möchte. Da er fürchtet, abgelehnt zu werden, wendet er sich an einen Professor, der für ihn diesen Wunsch äußert. Angesichts des *mianzi* dieses Professors wird der Wissenschaftler dem Wunsch entgegenkommen.

Mianzi wird oft pragmatisch als eine Strategie eingesetzt. Ein Bürgermeister in einem Kreis in der Provinz Jiangsu erzählte mir einmal voller Stolz über seinen Erfolg, den er durch die *mianzi*-Strategie erzielt hatte: Um mehr Arbeitsplätze in seiner Gemeinde zu schaffen und die Wirtschaft dort zu beleben, wollte die Gemeinde eine Lederwarenborse für den Großhandel aufbauen. Dafür brauchte man Genehmigungen von unzähligen Behörden, oder, wie er es nannte, man würde dabei sicher „grün und blau geschlagen“. Er wollte sich und seinen Untergebenen dies verständlicherweise ersparen. So sandte er jemanden nach Beijing, der dort bleiben sollte, bis er einen „führenden Genossen auf der höchsten Ebene“ fand, der die Zeichen „X-Ort Lederwarenborse“ kalligraphierte. Nach einem Monat wurde der Mann endlich fündig. Der alte Herr Y, Mitglied der Politischen Konsultativkonferenz, war bereit, die kalligraphische Widmung für die Lederwarenborse zu schreiben.¹¹⁰ Mit dieser Kalligraphie kam der Mann zurück in die Provinz. Angesichts des großen *mianzi* von Y gab man natürlich grünes Licht. Als der Bezirksrat eine Inspektion in der Gemeinde durchführte und sich positiv zum Konzept für die Lederwarenborse äußerte, veröffentlichte die lokale Zeitung sofort einen Artikel mit Fotos. Mit dem Zeitungsartikel ging man dann zur Bodenverwaltungsbehörde und zur Handelskammer. Angesichts des *mianzi* des Bezirksvorstehers legte ihnen niemand mehr Hindernisse in den Weg. Der Bürgermeister meinte, bei Bestechungen und Geschenken wisse man oft nicht, was der hohe Beamte mag, aber eins sei sicher, alle Beamten lieben ihr *mianzi*. Er brauche ihnen also nur *mianzi* zu geben. So wurde zum Beispiel später der Bezirksrat gebeten, die Titellkalligraphie für die

¹¹⁰ Auf Chinesisch heißt das *tizi* 题字. In China werden die meisten Namen, die sich auf Schildern oder zum

Zeitung der Lederwarenborse zu schreiben. Der Bürgermeister war sich sicher, daß er ohne das *mianzi* des Herrn Y in Beijing und des Bezirkrates die Lederwarenborse auch in zehn Jahren noch nicht hätte aufbauen können.

Der Ausdruck „Schauen Sie auf mein *mianzi*“ oder „Berücksichtigen Sie bitte mein Gesicht“ (*kanzai wode mianzi shang* 看在我的面子上) wird in der Umgangssprache sehr häufig benutzt, wenn man den anderen zu etwas zwingen möchte, zum Beispiel dazu, etwas zu akzeptieren oder einen Streit zu beenden. Wenn es um das Gesicht geht, dann spielen Recht und Unrecht keine Rolle mehr. Das Gesicht hat den absoluten Vorrang vor der Sachlichkeit.

6. *Si mianzi* 撕面子 (Wörtlich: das Gesicht zerreißen)

Durch Kritik, Widerspruch oder Ablehnung wird das Gesicht verletzt, aber mit Beleidigungen, Beschimpfungen, Verunglimpfungen und Schmähungen zerreißt man das Gesicht des Betroffenen. Gleichzeitig verliert man damit auch selbst das Gesicht. In der sozialen Interaktion kommt es nur in seltenen und außergewöhnlichen Situationen, in denen die Interaktionspartner feindselig zueinander stehen und die Beziehung abbrechen möchten, zum Zerreißen des Gesichts.

Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Gesichtskonzept

Jeder Mensch braucht den Respekt und die Anerkennung seiner Mitmenschen, und jeder braucht auch Selbstachtung. In den meisten Kulturen kennt man eine metaphorische Bedeutung von „Gesicht“. Die obige Darstellung hat jedoch gezeigt, daß die Bedeutung des Begriffs „Gesicht“ und die Strategien zur Gesichtswahrung bis zu einem gewissen Grad kulturabhängig sind. Die wesentlichen Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Gesichtskonzept werden im folgenden kurz dargestellt:

Das Gesicht ist für Deutsche etwas Individuelles, für Chinesen jedoch etwas Kollektives. Wenn in China jemand Gesicht bekommt oder sein Gesicht verliert, sind seine Familie und die Gruppe immer daran beteiligt. Während man in der deutschen Kultur für sein Image und

Prestige selbst verantwortlich ist, bekommt man in der chinesischen Kultur vor allem von anderen Gesicht. Es wird von jedem erwartet, daß er das Gesicht der anderen in den Vordergrund stellt und den anderen möglichst „viel“ Gesicht gibt oder ihr Gesicht „vergrößert“. Durch positive Äußerungen über sich selbst bekommt man in China kein Gesicht. Die chinesische Kultur verlangt eine solch große Bescheidenheit, daß man in Deutschland teilweise eher von „Selbsterniedrigung“ sprechen würde. Ein chinesischer Gastgeber sagt zu seinen Gästen immer: „Es gibt nichts Gutes zum Essen“ (*mei sheme haochide* 没什么好吃的). Das klingt für einen deutschen Gast, der die chinesischen Forderungen nach Bescheidenheit nicht kennt, eher verwirrend. Fast in jeder akademischen Veröffentlichung ist im Vorwort oder Nachwort zu lesen: „Wegen der Begrenztheit meiner Kenntnisse finden sich in diesem Buch sicherlich Mängel und Fehler. Ich bitte um Kritik und Belehrung.“ (*youyu zhishi shuiping youxian, quedian cuowu zaisuo nanmian, kenqing piping zhizheng* 由于知识水平有限,缺点错误在所难免,恳请批评指正“). Diese Redewendung dient selbstverständlich auch dazu, das eigene Gesicht vor eventueller Kritik zu schützen.

Wie bereits erwähnt, unterscheidet Edward T. Hall in seinem Buch *Beyond Culture* zwischen *low-context*-Kulturen und *high-context*-Kulturen (Hall 1989). Die Bundesrepublik Deutschland, die Schweiz und die USA gehören zu den Ländern der *low-context*-Kultur, China und Japan zu denen der *high-context*-Kultur. In *low-context*-Kulturen sind soziale Interaktionen durch Direktheit, individuelle Orientierung und lineare Denkweise geprägt, während Indirektheit, Kollektivorientierung und spiralförmige Denkweise die *high-context*-Kulturen kennzeichnet (vgl. Ting-Toomey 1988). Diese Unterschiede in der Denkweise schlagen sich auch in den Gesichtskonzepten und den entsprechenden Verhaltensweisen nieder.

Gesicht wahren, geben und erhalten haben in China absoluten Vorrang vor anderen Erfordernissen wie Sachlichkeit und Ehrlichkeit. Der beziehungsorientierten Denkweise der Chinesen steht in Deutschland die ergebnisorientierte Denkweise gegenüber. Auch kann man in Deutschland hohes Ansehen erlangen, wenn man Durchsetzungskraft besitzt, seine eigene Meinung offensiv verteidigt und seine Opponenten geschickt angreift. In China gilt dagegen die Regel, daß man in Verhandlungen und Diskursen „das Gemeinsame suchen und Unterschiede bestehen lassen“ soll (*qiutong cunyi* 求同存异). Entsprechend sind Deutsche

häufig selbstbewußter und konfliktfreudiger als Chinesen.

Da sich Gesicht in der deutschen Kultur nur auf etwas Äußeres wie Image und Prestige bezieht, haben Deutsche weniger Angst vor einem Gesichtsverlust als Chinesen. Für Chinesen steht Gesicht in engem Zusammenhang mit Würde, Achtung, Ruf und Moral. Ein Gesichtsverlust hat in der chinesischen Kultur deshalb auch viel schlimmere Folgen als in Deutschland. Er impliziert eine öffentliche Verurteilung und Ächtung. Der Betroffene verliert das Vertrauen der Gesellschaft. Bei einem Gesichtsverlust werden die Fähigkeiten der Person und die Integrität ihres Charakters in Frage gestellt.

In den chinesischen Gesichtskonzepten spielt die Reziprozität eine große Rolle. Es ist wichtig, sich gegenseitig Gesicht zu geben und dem Partner möglichst „mehr“ Gesicht bekommen zu lassen. Nach dem chinesischen Gesichtskonzepten verliert man auch selbst sein Gesicht, wenn man den Gesichtsverlust von anderen Personen verursacht. Nach derselben Logik bekommt man selbst Gesicht, wenn man anderen Gesicht schenkt. Diese Aspekte des chinesischen Gesichtskonzepts sind den meisten Deutschen unbekannt, und deswegen bietet das Gesichtskonzept große Schwierigkeiten für die deutsch-chinesische interkulturelle Kommunikation. Sometwegen kommt es oft zu Mißverständnissen und Vorurteilen. Der direkte und sachbezogene Gesprächsstil der Deutschen wird von Chinesen als „kein Gesicht geben“ interpretiert aggressiv, unbescheiden und unhöflich empfunden, während die chinesischen gesichtgebenden Kommunikationsverhalten und -strategien von Deutschen als Schmeichelei oder Unehrllichkeit interpretiert werden.

4.5 „Er möchte mit mir nicht sprechen“

4.5.1 Darstellung des Problems

In unserem Datenmaterial gab es zwei Fälle, in denen unsere Befragte große Konflikte mit ihrem jeweiligen chinesischen Joint-Venture-Partner hatten. Zu der Zeit der Befragung wurde die Zusammenarbeit zwischen den Joint-Venture Partnern in den beiden Fällen bereits eingestellt. Im folgenden werde ich diese beiden Konfliktfälle vorstellen und die Kommunikationsverhaltensweise der Deutschen und der Chinesen in einer Konfliktsituation und bei der Lösung des Konfliktes darstellen.

Fall 1:

Das Joint-Venture wurde vor zwei Jahren gegründet. Der befragte Deutsche (38 J.) wurde vor einem Jahr als Generalmanager in China eingesetzt, um „*die Produktion und die Qualität hochzufahren*“. Nach seiner eigenen Angabe sei ihm dies gelungen. Es gab jedoch viele Dinge, die dazu führten, daß er mit seinem chinesischen Joint-Venture-Partner sehr unzufrieden war. Es begann damit, daß die chinesische Seite ihm eine Dolmetscherin zur Verfügung stellte, die zwar „*sehr freundlich, aber nicht in der Lage*“ sei, Englisch zu sprechen und „*viel zu scheu*“ sei, „*um eine Diskussion, eine Streitdiskussion zu führen.*“ „*Die Dame wollte nie irgendwelche Streite oder Diskussionen übersetzen*“. Der Befragte sah darin die Absicht, daß sein Partner dadurch seine Arbeit behindern wollte. Es sei ihm jedoch gelungen, trotz des Widerwillens des chinesischen Partners einen jungen Mann von außen zu requirieren. Der Deutsche meinte, sein chinesischer Partner hielt sich nicht an den Vertrag, er erfülle seine Abnahmepflicht nicht und verkaufe nur Zweidrittel der versprochenen Stücksumme. Er finge Diskussionen über die Preise an, die im Vertrag bereits festgesetzt waren. Sein Partner hätte sogar dahingehend Einfluss genommen, daß die Marktpreise in ihrem Fall nach unten gegangen seien. Sein chinesischer Partner sei weder in der Lage, neue Kunden anzusprechen noch Werbung zu machen. Obwohl der Befragte zugab, daß es für ein solches Projekt normal sei, mit „*zehn*“ oder „*mindestens sechs oder sieben Jahren*“ zu rechnen, bis man Geld verdiene, schlug er seinen Vorgesetzten vor, die Kooperation zu beenden. Denn nach seiner Rechnung würde der deutsche Joint-Venture-Partner auch „*in zehn Jahren hier kein Geld verdienen.*“

Die chinesische Seite dachte am Anfang jedoch, daß das „*nur eine leere Drohung*“ sei. „*Sie konnte nie glauben, daß wir jetzt schon aufgeben, nach zwei Jahren. Und man hat dann entschieden, man muß neu kalkulieren. Und es wurde von der chinesischen Seite eine Kalkulation gemacht, das ist so typisch chinesisch. Die war so optimistisch, lächerlich. Das war einfach absolut lächerlich. Die Folge war, daß der Chinese, vor allem durch die Kalkulation, natürlich absolut das Gesicht verloren hat. Und daß er dann versuchte, zu beweisen, daß seine Kalkulation realistisch ist. Das machte er, indem er Sachen fälschte, Unterlagen fälschte usw. Und die Dinge wurden eben schlimmer. ... Aber ab dem Zeitpunkt, wo wir so weit waren, war unser chinesischer Partner nicht mehr bereit, mit uns zu sprechen, weil er genau wußte, er hatte kein Argument mehr, um dagegen zu halten. Jedes Argument, das er bringt, ist nicht schlüssig, man kann es widerlegen. Somit war die Reaktion rein chinesisch, dann sprechen wir einfach nicht mehr mit einander, das heißt, wir haben keinen Kontakt, seit Mitte Juni haben wir keinen Kontakt. Wie soll ich als Generalmanager eine Firma leiten, wenn mein Chairman of Supports mir praktisch einen Termin gibt, den er nie hält, und der andere Direktor am Board zu mir sagte, er möchte mit mir nicht sprechen. Das ist ein Witz, oder?*“¹¹¹

Der Tag, an dem ich den Befragten interviewte, war sein zweitletzter Tag in China. Obwohl er selbst die Entscheidung, die Kooperation einzustellen, mitbeeinflusst hatte, bedauerte er es, daß er nach nur einem Jahr seinen Posten und China verlassen mußte (sein Vertrag war für zwei Jahre). Er würde gerne dort drei Jahre leben und arbeiten. Sowohl seine Frau als auch seine beiden Kinder hätten Gewinn gehabt durch den

¹¹¹ Interview in Shanghai am 14.10.97.

Auslandsaufenthalt. *„Für mich ist das schade, für meine Familie ist es schade, die Kinder haben Englisch gelernt, sehr sehr schnell, sie haben ein bißchen Chinesisch gelernt. Es war eine traurige Sache, wo die Entscheidung gekommen war, wir hören jetzt auf“.*

Zu der Zeit der Befragung wurde das Joint-Venture noch nicht endgültig aufgelöst. Es sei anzunehmen, daß später ein anderer Deutscher nach China gesandt würde, um mit dem chinesischen Joint-Venture-Partner konkrete Gespräche über die Auflösung des Unternehmens zu führen.

Fall 2

Bei dem zweiten Fall wurde das Joint-Venture nach 19 Monaten bereits als gescheitert erklärt. Der befragte Expatriate beklagte sich auch, daß sein chinesischer Partner *„komplett inkompetent“* sei. Die Zielvorstellung, durch den chinesischen Partner an chinesische Kunden heranzukommen, sei wegen der Inkompetenz des Partners nicht erfüllt worden. Es sei dem deutschen Partner auch nicht gelungen, deutsche Standards im Joint-Venture zu implementieren. Der chinesische Partner bestehe darauf, *„mit ihrer chinesischen Art und Weise Aufträge abzuwickeln“*, während die deutsche Seite davon ausginge, daß man *„den internationalen Standard als Maßlatte ansetzen“* muß, weil das Unternehmen auch dem internationalen Markt bediene. Im dritten Monat nach seinem Amttritt versuchte der deutsche Befragte, die Unterschriftenordnung des Joint-Ventures zu ändern. Nach der alten Regularie brauche er als Generalmanager immer die Unterschrift des chinesischen Vizemanagers, um Mitarbeiter zu kündigen oder einzustellen und Aufträge zu unterzeichnen. Da aber sein chinesischer Partner oft nicht *„mitzieht“*, versuchte der Befragte in einer Aufsichtsratssitzung in Deutschland *„durchzusetzen“*, das Unterschriftenrecht des Vizemanagers zu entziehen. Dadurch bekamen die Beziehungen zwischen den Partnern einen tiefen Riß. Der Befragte wurde *„drei, vier Wochen nicht begrüßt“*. Es käme dann eines nach dem anderen. Nachdem der Befragte chinesischen Mitarbeitern mitteilte, daß er Entlassungen durchzuführen hatte, war es dann *„richtiger Krieg“*. *„Zum Glück“* wurde der zuständige Vorstand in Deutschland gewechselt, und erst danach gab es konkrete Gespräche zwischen den Joint-Venture-Partnern. Es wurde dann jedoch nur über die Auflösung des Unternehmens besprochen.¹¹²

4.5.2 Analyse des Problems

Bei den beiden Fällen machten die Deutschen eine ähnliche Erfahrung, nämlich nachdem der chinesische Partner sah, daß der Konflikt mit dem deutschen Partner offensichtlich wurde und eine Zusammenarbeit nicht mehr möglich wäre, sprach er einfach nicht mehr mit

¹¹² Interview in Beijing am 17.03.99.

den Deutschen. Für Deutsche sei das Nicht-miteinander-sprechen „*ein Witz*“, weil man dadurch keinen Konflikt lösen könne. Nach dem deutschen Verständnis muß man und kann man mit einem Konflikt sachlich umgehen, darüber sprechen und Diskussionen führen, auch wenn eine solche Diskussionen zu einem Streit führen könnte. Die Konfliktparteien sollten ihre Meinungsverschiedenheiten offen austragen, und nur dadurch würde man eine konstruktive Lösung schnell finden oder Konsequenzen daraus ziehen. Sonst sitzt man auf dem Problem und es geht nicht mehr weiter.

Die chinesischen Partner unserer beiden deutschen Befragten wollten jedoch nicht mehr mit ihrer jeweiligen Konfliktpartei direkt kommunizieren. Nach meinen ethnographischen Beobachtungen ist das Nicht-miteinander-sprechen ein sehr übliches Verhalten nach einem Konflikt in China, besonders im Fall, wenn kein Kompromiß in Aussicht steht. Während Deutsche bei einer Konfliktsituation eine Trennung zwischen den sachlichen und den persönlichen Problemen anstreben, sind die meisten Chinesen davon überzeugt, daß ein Konflikt nicht allein auf der sachlichen Ebene, sondern immer gleichzeitig auch auf der zwischenmenschlichen Ebene existiert. Für die Lösung eines Konfliktes suchen Chinesen den ersten Ansatz immer auf der persönlichen Ebene. Wenn man aber mit seinem Kontrahenten sich nicht mehr versöhnen möchte oder davon ausgeht, daß beide Parteien nicht mehr zu einem Kompromiß kommen würden, wie in unserem ersten Fall, dann vermeidet man, mit dem Kontrahenten direkt zu kommunizieren, entweder um unangenehme Direktkonfrontation und größeren Gesichtsverlust der beiden Seiten zu ersparen, oder um dem anderen kein Gesicht mehr zu geben. Das bedeutet jedoch nicht, daß der chinesische Partner sich nicht für eine Lösung oder ein Ergebnis interessiert. Der chinesische Partner im ersten Fall hatte m.E. durch das unnachgiebige Verhalten des Deutschen sicherlich das Gefühl, daß ihm von seinem deutschen Kontrahenten kein Gesicht gegeben wurde. Mit so einer Person, die nicht auf das Gesicht des Kommunikationspartners achtet, könnte und sollte man nach dem chinesischen Verständnis nicht sprechen, sonst verliert man selbst Gesicht. In einer solchen Situation werden die Konfliktpartner nur durch einen Dritten oder einen Schlichter indirekt miteinander kommunizieren. Dieser Schlichter muß nicht zu einer neutralen Drittpartei gehören, er kann auch einer von den Konfliktparteien sein, der bisher aber noch nicht direkt in die Konfrontation eingezogen wurde. Er sollte jemand sein, der in der hierarchischen Struktur höher steht als die Konfliktpartner. Eine solche Person hat ein „größeres“ *mianzi* 面子 (Gesicht), man müßte

mit ihr sprechen. Mit ihr zu sprechen, verliert man auch kein Gesicht. Diese dritte Person gibt Informationen oder Entscheidungen der anderen Partei an die Gegenseite weiter und sollte eine unparteiische Lösung für das Problem finden. Wenn die deutsche Seite diese chinesische Kommunikationskonvention in Konfliktsituationen früher erkannt, und den Befragten (im Fall 1) rechtzeitig durch eine andere Person abgelöst hätte, würden seine letzten vier „*unangenehmen*“ und ergebnislosen Monate in China erspart, gleichzeitig würde auch früher eine Lösung gefunden oder die Konsequenz gezogen.

In dem zweiten Fall sah der chinesische Vizemanager durch den Entzug seines Unterschriftenrechts im Unternehmen sicherlich eine Entmachtung und einen Gesichtsverlust. Nach Angabe des befragten Deutschen, revanchierte sich der Chinese dadurch, daß er die Mitarbeiter „*aufwiegelte, an der Belegschaftsversammlung nicht teilzunehmen*“. Nicht nur er persönlich, sondern auch seine chinesischen Kollegen sollten also nicht mehr mit dem Befragten sprechen. Es gab „*zum Glück*“ nach ca. vier Wochen einen Wechsel der zuständigen Verantwortlichkeit bei der deutschen Seite. Erst danach fand konkrete Gespräche zwischen den beiden Konfliktparteien statt. Es sei anzunehmen, daß der chinesische Partner dadurch sein Gesicht teilweise gerettet werden sah, und gleichzeitig auch eine „*günstige*“ Zeit fand, mit dem Kontrahenten wieder zu sprechen, ohne sein Gesicht zu verlieren.

Aussagen und Erfahrungen von den beiden deutschen Befragten verdeutlichen und bestätigten empirisch den Unterschied zwischen dem deutschen und dem chinesischen Kommunikationsverhalten bei Konfliktsituationen. Während die befragten Deutschen einen direkten, sachlich orientierten Kommunikationsstil bei einem Konflikt bevorzugten, wählten ihre chinesischen Partner einen indirekten, person-orientierten Kommunikationsstil. Dieser Unterschied wurde auch in der folgenden Tabelle über die typischen Konfliktlösungsstrategien der sogenannten „*kollektivistischen*“ und „*individualistischen*“ Gesellschaften, die Ting-Toomey entnommen wurde, aufgezeichnet (Ting-Toomey 1999:210):

Individualistic and Collectivistic Conflict Lenses

Individualistic conflict lens	Collectivistic conflict lens
Outcome focused	Process focused
Emphasis on factual details	Emphasis on holistic pictures
Content goal oriented	Relational goal oriented
Emphasis on tangible resources	Emphasis on intangible resources
Work at monochronic pace	Work at polychronic pace
Use of personal equity norms	Use of communal or status-based norms
Reliance on linear inductive or deductive reasoning	Reliance on spiral and metaphorical reasoning
Facts and evidence are most important data	Intuition and experience are most important data
Competitive /controlling behaviors	Avoiding/accommodating behaviors
Direct conflict styles	Indirect conflict styles
Self-face concern	Other-face concern
Emphasis on conflict effectiveness	Emphasis on conflict appropriateness

Nach Geert Hofstede, der kulturspezifische Verhaltensunterschiede in 40 Kulturen untersucht hat, ist China eine „kollektivistische“ Gesellschaft, während Deutschland zu den „individualistischen“ Gesellschaften gehört (Hofstede 1980:223). Allerdings können wir aufgrund der Aussagen unserer Befragten nicht alle der in dieser Tabelle aufgezeigten Unterschiede in Konfliktwahrnehmung und Konfliktlösung überprüfen.

Es ginge völlig am Ziel vorbei, hier zu diskutieren, welches Kommunikationsverhalten oder welche Konfliktlösungsstrategie richtig oder besser ist für die oben dargestellten Konflikte. In interkultureller Kommunikation sollte man immer vermeiden, ethnozentrische Urteile zu treffen. Ich lasse hier einen deutschen Befragten zu Wort kommen:

„Sie [Chinesen] sind wesentlich ruhiger und versuchen Probleme harmonisch zu lösen. Dafür muß man allerdings akzeptieren, daß die chinesischen Lösungen etwas unterschiedlich sind als die unsrigen. Dabei darf man aber eins nicht verkennen, im Ergebnis kommen sie auch dahin, wo wir hinwollen, sie kommen nur auf anderen Wegen dahin.“¹¹³

Es gehört auch nicht zur Aufgabe der vorliegenden Arbeit, zu beurteilen, welcher der Joint-Venture-Partner für das Scheitern der Kooperation verantwortlich sei. Es sei nur anzunehmen, wenn die deutschen und die chinesischen Joint-Venture-Partner in den beiden genannten Fällen die Unterschiede im Kommunikationsverhalten bei Konfliktsituationen bereits in der Frühphase erkannt hätten und ihre jeweilige Berechtigung akzeptieren könnten, wäre ihre Zusammenarbeit nicht so schnell gescheitert.

¹¹³ Interview in Würzburg am 30.07.99.

Unsere Daten deuten allerdings auch darauf hin, daß die Mehrheit der befragten Deutschen den Unterschied des Kommunikationsverhaltens zwischen Deutschen und Chinesen in Konfliktsituationen und beim Konfliktmanagement bereits erkannte. Hierzu einige Aussagen aus den Interviews:

Man kann nicht sich deutsch verhalten, man kann nicht hingehen und sagen, wir machen das, wie wir es in Deutschland gewohnt sind, wir machen jetzt ein Meeting und dann sprechen wir ganz klar darüber, was wir wollen und das diskutieren wir hart aus und da streiten wir uns auch, ist ja alles nicht böse gemeint und dann legen wir fest, wie wir es machen. Wenn Sie das mit Chinesen jetzt so machen, das ist jetzt nicht abwertend gemeint, dann kann nie etwas Positives dabei rauskommen, denn das ist nicht der chinesische Arbeitsstil.¹¹⁴

„Wer sehr jung hier raus kommt und wer in Deutschland noch keine Lebenserfahrung hat, der tut sich wahrscheinlich relativ schwer, der sollte sich vielleicht mit viel Literatur eindecken, die sich insbesondere auf typische Verhaltensweisen der Leute bezieht, auch auf typische Verhaltensweisen, in der Weise, daß hier im Fernen Osten ja Gesichtswahrung eine Rolle spielt und unsere Art die Dinge auf den Tisch zu bringen oder auf den Punkt zu bringen, hier als nicht sehr höflich gilt“¹¹⁵

F: Was würden Sie sagen, was so der typische Fehler ist, den hier ein Deutscher am Anfang macht?

A: Naja, er geht vielleicht ein bißchen zu direkt auf die Chinesen zu, ja, wir sagen mal so, den konzeptionellen Ansatz eines Problems auf den Tisch zu legen und es dann zu lösen, ich kann mir denken, wer ist jetzt für das Problem verantwortlich, gibt es da irgendeinen Weg, der echte, klare Wesenszug, kann es einem am Anfang etwas schwerer machen.¹¹⁶

Zwei ältere Befragte wiesen im Interview darauf hin, daß man im Konfliktfall nicht wütend werden oder seine Stimme erhöhen sollte, sonst würden Chinesen „sich ausschalten“ und kein Wort mehr sagen, weil sie eine „andere Wichtigkeit“ sähen.¹¹⁷ In diesem Zusammenhang betonten die Befragten die Geduld und Kompromißbereitschaft der Beteiligten. „Einfach Geduld zu haben, auch mal etwas hinnehmen zu können, was man nicht auf den ersten Blick und auf Anhieb versteht, und zu sagen, das hat seine Gründe.“¹¹⁸ Ein Befragter erzählte, daß es vier Jahre gedauert hätte, bis der deutsche und der chinesische Partner seines Joint-Ventures sich aneinander gewöhnen konnten. Aus diesem Grund

¹¹⁴ Ebenda.

¹¹⁵ Interview in Beijing am 16.03.99.

¹¹⁶ Interview in Beijing am 17.03.99.

¹¹⁷ Interview in Shanghai am 18.09.97 und in Guangzhou am 08.03.99.

¹¹⁸ Interview in Beijing am 16.03.99.

bezeichnete ein befragter chinesischer Manager den Prozeß der Zusammenarbeit einen „Prozeß des gegenseitigen Kennenlernens“.¹¹⁹

4.6 „Man muß mit denen feiern, man muß mit denen saufen“¹²⁰

4.6.1 Darstellung des Problems

Eine andere Erfahrung, die die befragten deutschen Expatriates in China machten, war der hohe Stellenwert der informellen Kommunikation in der Zusammenarbeit mit Chinesen. Diese Erfahrung entspricht meinen eigenen ethnographischen Beobachtungen. Der Begriff „informell“ bedeutet hier in Anlehnung von Weber (1984:112) „spontan, seltener geplant, privat oder nicht öffentlich“. Nach Weber ist Kommunikation in der Freizeit informell, während Gespräche im Geschäftsbereich (in Firmen) oder bei Behörden formell („geplant, seltener spontan, halb-öffentlich oder öffentlich“(eda.) sind.

Nach Angaben der befragten Deutschen ist der Informationsfluß in China sehr gering. Im Vergleich zu Deutschland sei es wesentlich schwerer, aktuelle und zuverlässige Informationen zu bekommen. Zum einen seien wissenschaftlich fundierte Daten schwerer zugänglich als in Deutschland, und zum anderen veralteten Informationen und Statistiken wegen der rasanten Wirtschaftsentwicklung sehr schnell. Nicht selten trafe man auskunftsunwillige Behördenvertreter. Manche behördlichen Entscheidungen seien undurchschaubar. Oft komme man nur durch Beziehungen an Informationen heran. 29 deutsche Befragte (50%) bestätigten im Interview die wichtige Bedeutung von Beziehungen in China. Hierzu einige Auszüge aus den Interviews:

F: Würden Sie sagen, daß man in China Beziehungen braucht?

A: Ja, das schon. Beziehungen machen das Leben einfacher. Das ist so die allgemeine Aussage, wenn man jemanden zum dritten Mal trifft, dann merkt man, wie er sich mehr öffnet, Vertrauen faßt. Das ist beim ersten, zweiten Mal nicht so gemeint. Das ist eben China- oder Asienspezifisch. Der persönliche Kontakt ist wichtig.

F: Wie kommt man zu solchen Beziehungen?

A: Der gute, deutsche Begriff Klinkenputzen, also, das müssen Sie machen, da müssen Sie hingehen. Es ist ja nicht so, daß die Leute Sie nicht sehen möchten,

¹¹⁹ Interview in Shanghai am 17.10.97.

¹²⁰ Interview in Changzhi (Provinz Shanxi) am 22.03.99.

sondern die sind auch neugierig, was hat der anzubieten. Da müssen Sie sich halt ein bißchen bemühen. Sie wollen ja etwas verkaufen und er ist der Kunde, also bei der Vorgehensweise, da müssen Sie sich schon durcharbeiten, bis man zum richtigen kommt. Das machen wir hier über das Büro teilweise, über unseren Partner in der Provinzregierung, da komm ich meist an die richtigen Leute ran und wenn ich die zwei, dreimal getroffen habe, dann kann ich die auch privat anrufen und dann kann man eigentlich auch über alles sprechen.¹²¹

F: Haben Sie den Eindruck, daß man in China Beziehungen braucht?

A: Ohne die kommt man nicht aus.

F: Woher kriegt man die Beziehungen?

A: Durch persönliche Kontakte, mit der Führungsspitze angefangen, mit Frau Yan, Bürgermeister Li, der Bürgermeister, der jetzt leider tödlich verunglückt ist. Ja und dann auch zu den Zehendirektoren, persönlich da hin fahren, man muß mit denen feiern, man muß mit denen saufen. Dadurch kann ich nur noch auf einem Auge kucken, weil ich zuviel von dem Schnaps getrunken habe, die haben ja gepanscht und da habe ich wohl was mit von erwischt. Aber nur durch diese persönlichen Beziehungen, hinfahren, miteinbeziehen in die persönlichen Überlegungen, auch um Rat fragen, also diese ganzen Sachen, wie man Beziehungen knüpft.¹²²

F: Sind Sie der Meinung, daß man in China Beziehungen braucht?

A: Ja, mehr als alles andere.

F: Und wie kommt man an Beziehungen?

A: Kennt man einen, kennt man alle. Das ist ganz einfach, man muß einen kennenlernen und der kennt dann wieder jemanden, und der empfiehlt einen dann weiter und dieses Beziehungsgeflecht aufzubauen, ist allerdings sehr, sehr zeitintensiv. Man arbeitet hier nicht wie in Deutschland 37 oder 40 Stunden, man arbeitet hier 70 oder 80 Stunden, nicht 5 Tage die Woche, sondern 7 Tage die Woche. Das ist Standard hier.¹²³

Wie die Beispiele der Aussagen zeigen, Beziehungen in China werden nicht durch offizielle Kommunikation, sondern vor allem durch informelle Kommunikation hergestellt. Die am häufigsten genannte Form von informeller Kommunikation zwischen deutschen Befragten und Chinesen war das Geschäftsessen. Das Geschäftsessen dient in erster Linie dazu, daß die Beteiligten die Gelegenheit haben, in einer harmonischen Atmosphäre persönliche Gespräche zu führen, sich gegenseitig kennenzulernen und Vertrauen aufzubauen. Daß das Geschäftsessen, die informelle Kommunikation und der Austausch von persönlichen Informationen von chinesischen Geschäftsleuten als Bestandteil eines Geschäftes

¹²¹ Interview in Nanjing am 29.03.99.

¹²² Interview in Changzhi (Provinz Shanxi) am 22.03.99.

¹²³ Interview in Beijing am 15.03.99.

selbstverständlich verstanden werden, möchte ich durch das folgende Beispiel, das ich persönlich erlebte, verdeutlichen:

Ein deutscher Geschäftsmann in Würzburg rief mich eines Tages an und bat mich, für ihn bei seinem Treffen mit einem chinesischen Manager zu dolmetschen. Sobald der chinesische Manager seinen Platz genommen hatte, begann der Deutsche damit, über die Preise zu verhandeln. Nachdem die Preise aller Produkte vereinbart wurden, fragte der Deutsche den Chinesen, ob er noch irgendwelche Fragen hätten und ob er noch etwas zu sprechen hätte. Da sagte mir der Chineser, die anderen Sachen könnten beim Essen besprochen werden. Ich wies ihn darauf hin, daß es nicht sicher sei, ob der deutsche Geschäftsmann später mit ihm zusammen essen würde. Wenn er noch Fragen hätten, sollte er sie gleich stellen. Er sagte dann, er habe keine Fragen mehr. Danach äußerte der deutsche Geschäftsmann, daß er den Chinesen sofort zum Bahnhof bringen könne. Am Bahnhof sagte der chinesische Manager, daß er gerne den Deutschen zum Essen einladen wollte. Da meinte der Deutsche, um drei Uhr nachmittags sei kein Lokal offen. Ich erinnerte ihn daran, daß das Restaurant im Bahnhof immer offen ist. Jeder hatte dann eine Suppe bestellt. Während des Essens stellte der Chineser dem Deutschen zahlreiche Fragen: „Wie lange haben Sie bereits Geschäftsbeziehungen mit Chinesen?“ „Sind Sie in China gewesen?“ „Wann war Ihr letzter Besuch in China?“ etc. Der deutsche Geschäftsmann schien jedoch nicht an einem solchen Gespräch interessiert zu sein. Sobald alle drei mit der Suppe fertig waren, verabschiedete sich der Deutsche, weil er noch viele wichtige Dinge zu erledigen habe.¹²⁴

Als eine Beobachterin merkte ich dabei deutlich die unterschiedlichen Einstellungen des deutschen und des chinesischen Geschäftsmanns zur Geschäftskommunikation. Der deutsche Geschäftsmann benutzte die Geschäftskommunikation ausschließlich dazu, mit dem Geschäftspartner Informationen über Preise und technische Daten der Produkte auszutauschen. Keine (wertvolle) Zeit wurde verschwendet für andere Themen, die „irrelevant“ für das Geschäft waren. Für den chinesischen Geschäftsmann gehörte jedoch der Austausch von persönlichen Informationen auch zur Geschäftskommunikation, die nicht unbedingt offiziell in einem Büro geschehen muß.

4.6.2 Analyse des Problems

Die wichtige Bedeutung der informellen Kommunikation für das Geschäftsleben in China hat seine soziokulturellen Hintergründe. Für chinesische Geschäftsleute sind nicht der Vertrag, sondern persönliche Beziehungen und Vertrauen die sichere Basis für ein Geschäft. Nach chinesischem Verständnis ist ein Vertrag seiner Definition und Anlage nach nur ein

Stück Papier, das auf Mißtrauen, aber nicht auf Vertrauen beruht. Bestehen gute zwischenmenschliche Beziehungen, so sind alle geschäftliche Angelegenheiten recht einfach zu regeln. Das Wort für „Beziehungen“ im Chinesischen ist *guanxi* 关系. Die ethnosemantische Bedeutung des chinesischen Wortes *guanxi* ist unterschiedlich als seine deutsche Entsprechung. *Guanxi* sind direkte oder indirekte soziale Verbindungen, die durch wechselseitige bedingungslose Verpflichtungen und Erwartungen der Betroffenen, Gesicht zu geben, Hilfe zu leisten und Gunst zu gewähren, gekennzeichnet werden. Zwischen den *guanxi*-Partnern besteht eine Art von Abkommen; wenn einer von ihnen die Regel der Reziprozität nicht einhält, werden die *guanxi* nicht auf Dauer existieren (vgl. Yang 1994 u. Heberer 1991). *Guanxi* unterscheidet sich von Korruption dadurch, daß man beim Benutzen von *guanxi* dem Staat und der Gesellschaft keinen Schaden zufügt und nicht gegen das Gesetz verstößt.

Arbeiten über chinesische soziale Interaktion verweisen auf die zentrale Bedeutung von *guanxi*-Beziehungen in China. Liang Shuming, einer der bedeutendsten chinesischen Philosophen des 20. Jahrhunderts, behauptete, die chinesische Gesellschaft sei eine *guanxi*-Gesellschaft (Liang 1963:94). Diejenigen, die *guanxi* zu einem haben, werden als „eigene Leute“ (*zijiren* 自己人) behandelt. Den „eigenen Leuten“ gegenüber sind Chinesen sehr aufgeschlossen und es besteht auch die moralische Pflicht, den „eigenen Leuten“ Informationen anzubieten und Unterstützung zu gewährleisten. Ausländer werden in der Regel als „Außenstehende“ (*wairen* 外人) betrachtet. Die Erfahrungen unserer Befragten bestätigen jedoch, daß durch „zeitintensive“ informelle Kommunikation, durch „Klinkenputzen“ und „zusammen feiern“ Ausländern auch möglich sind, gute Beziehungen mit und Vertrauen bei Chinesen aufzubauen und dadurch in das chinesische *guanxi*-Geflecht einzudringen.

4.6.3 Exkurs: Soziokulturelle Hintergründe für die wichtige Bedeutung von *guanxi* und *renqing*

Als ein soziologischer Begriff wird *guanxi* im allgemeinen als menschliche oder soziale Beziehung verstanden. Seit Anfang der achtziger Jahre wird *guanxi* von vielen Soziologen

¹²⁴ Persönliches Erlebnis in Würzburg im Jahr 1997.

und Anthropologen untersucht. Es ist sowohl in der Volksrepublik China als auch in Taiwan und Hong Kong zu beobachten, daß *guanxi* ein entscheidender Faktor für den Erfolg, sowohl von einzelnen Personen als auch von Unternehmen ist. Die Anthropologin M. H. Yang erklärt *guanxi* folgendermaßen:

„The word *guanxi* [...] means literally ‚a relationship‘ between objects, forces, or persons. When it is used to refer to relationships between people, not only can it be applied to husband-wife, kinship, and friendship relationships, it can also have the sense of ‚social connections‘, dyadic relationships that are based implicitly (rather than explicitly) on mutual interest and benefit. Once *guanxi* is established between two people, each can ask a favor of the other with the expectation that the debt incurred will be repaid sometime in the future.“ (Yang 194:1)

Das Wort *guanxi* meint also nicht nur menschliche Beziehungen, die in jeder Gesellschaft existieren, sondern auch Beziehungen unter anderen Vorzeichen und mit ganz bestimmten Attributen. Das Wort *guanxi* bezeichnet solche sozialen Verbindungen, die eng mit den gegenseitigen Interessen und Vorteilen verknüpft sind. *Guanxi* können damit direkte Verbindungen zwischen Personen sein oder indirekte Beziehungen, die durch Dritte vermittelt werden. Die wechselseitigen Verpflichtungen und Erwartungen zwischen den *guanxi*-Partnern unterscheiden *guanxi* von den allgemeinen menschlichen Beziehungen.

Renqing läßt sich wörtlich als „menschliche Gefühle“ übersetzen, es bedeutet auch Menschlichkeit, Beziehungen, Güte, Gunst und Geschenk. *Renqing* sind soziale Verpflichtungen gegenüber Personen der Innengruppe (*zijiren* 自己人), sie fordern unbedingte Solidarität und Loyalität. Wenn Verwandte, Freunde, Nachbarn und andere Bekannte um Hilfe, Unterstützung oder einen Gefallen bitten, sollte man ihrem Wunsch entsprechen. Sonst wird man in China kritisiert als jemand, der *renqing* nicht versteht (*budong renqing* 不懂人情) oder keinen Sinn für *renqing* hat (*meiyou renqing wei* 没有人情味). Damit meint man, daß sich der Betreffende unsozial verhält und gefühllos ist. Das Wort *renqing* hat überwiegend positive Konnotationen wie menschliche Wärme, Zusammenhalt, Harmonie, Solidarität und Höflichkeit. Bei *guanxi* denkt man oft an den Zweck und den Nutzen der Beziehung. Nichtsdestoweniger sind *renqing* und *guanxi* die zwei Seiten derselben Medaille.

Die wichtige Bedeutung von *guanxi* und *renqing* in der chinesischen Gesellschaft ist Teil der konfuzianischen Überlieferung. Anders als im westlichen Kulturkreis, wo in der Regel

zuerst nach dem Recht gefragt wird, ist für Chinesen die sittliche Verpflichtung maßgebend. Hilfeleistungen, Gunstbezeugungen u.ä. für Verwandte, Freunde, Bekannte und die von diesen Vermittelten sind nach chinesischer Denkweise selbstverständliche Erfüllung einer Pflicht, die die gesellschaftliche Einbindung gewährleistet und deshalb moralisch nicht anfechtbar.

Wie oben dargestellt, dominieren die Offenheit für die „eigenen Leute“ und der Ausschluß von „Außenstehenden“ die Haltung der Chinesen zu ihren Mitmenschen. In der Innengruppe bestimmen Selbstlosigkeit und Hingabe die zwischenmenschlichen Beziehungen. Personen, mit denen man durch *guanxi* verbunden ist, begegnet man immer höflich und zuvorkommend und unterstützt sie nach Kräften. Außerhalb der eigenen Gruppe begegnet man seinen Mitmenschen mit Gleichgültigkeit. Die ungleiche Behandlung von Menschen der Innen- und der Außengruppe ist beabsichtigt: die „eigenen Leute“ spüren auf diese Art um so mehr, welche Vorteile die Zugehörigkeit zur Gruppe bietet. Dieses Verhalten heißt im Chinesischen *neiwai youbie* 内外有别 (Unterteilung von Innen- und Außengruppe).

Die Unterteilung in Außen- und Innengruppen wird sogar innerhalb der Familie vorgenommen. Die Anredeformen für Verwandte mütterlicherseits tragen das Präfix *wai* 外 „außen“. Der Großvater mütterlicherseits ist der *waigong* 外公, wörtlich übersetzt der „Großvater der Außenseite“. Weitere Beispiele zeigt die folgende Tabelle:

Verwandtschaftsbezeichnungen im Deutschen und im Chinesischen

verwandtschaftliche Beziehung, deutsch	chinesisch (väterlicherseits)	chinesisch (mütterlicherseits)
Großvater	<i>yeye</i> 爷爷	<i>waigong</i> 外公 (Großvater der Außenseite)
Großmutter	<i>nainai</i> 奶奶	<i>waipo</i> 外婆 (Großmutter der Außenseite)
Enkel	<i>sunzi</i> 孙子	<i>waisun</i> 外孙 (Enkel der Außenseite)
Enkelin	<i>sunnü</i> 孙女	<i>waisunnü</i> 外孙女 (Enkelin der Außenseite)
Neffe	<i>zhizi</i> 侄子	<i>waisheng</i> 外甥 (Neffe der Außenseite)
Nichte	<i>zhinü</i> 侄女	<i>waishengnü</i> 外甥女 (Nichte der Außenseite)

Auch bei Onkeln, Tanten, Schwiegereltern, Schwägern oder Schwägerinnen unterscheiden sich die Bezeichnungen nach der Zugehörigkeit zur mütterlichen oder väterlichen Seite.

Guanxi sind nicht nur für einzelne Personen wichtig. Sie spielen auch für Unternehmen eine große Rolle. Unternehmen in China brauchen *guanxi*, um sich mit der Bürokratie auseinandersetzen zu können. Ein befragter deutscher Expatriate berichtete von seiner Erfahrung in China: „Wenn man keine *guanxi* hat, bleibt ein ‚Nein‘ ein Nein, wenn man aber *guanxi* hat, kann ein ‚Nein‘ zum ‚Jein‘ werden. Man findet immer einen Mittelweg.“¹²⁵ Das *guanxi*-Netz ist gleichzeitig ein Informationsnetz. Die Chinesen fürchten die Diskontinuität von Politik und gesetzlichen Vorschriften. Deshalb verlassen sich die meisten Geschäftsleute nicht allein auf die Wirtschaftspolitik. Sie bauen zu den wichtigen Entscheidungsträgern *guanxi* auf, damit sie frühzeitig über mögliche politische oder gesetzliche Veränderungen informiert werden und ihre Geschäfte oder Produkte den neuen Bedingungen rechtzeitig anpassen können.

Der Aufbau von *guanxi* ist Teil der strategischen Unternehmensführung. Ein nicht geringer Teil der Wettbewerbsfähigkeit der chinesischen Unternehmen wird auf die funktionierenden Unternehmensbeziehungen zurückgeführt. Wenn eine Firma über ein größeres *guanxi*-Netz als ihre Konkurrenten verfügt, hat sie auch mehr Informationen, die sich in höherem Umsatz und größerem Gewinn auszahlen können. Über lange Zeit gepflegte Beziehungen werden als eine Art von Investition angesehen, die es einem Unternehmen ermöglicht, sich für die Zukunft den Zugang zu benötigten Ressourcen, seien es materielle Güter, Dienstleistungen, Informationen oder Know-how, zu sichern. Denn durch *guanxi* können auch Ressourcen aus anderen Netzwerkunternehmen mobilisiert werden. In China wird deshalb die Wichtigkeit und Notwendigkeit von Kontaktpersonen besonders hervorgehoben. Manche Firmen haben sogar sogenannte „relationship manager“ (*gongguan jingli* 攻关经理), die sich speziell um die Pflege der Beziehungen zu anderen Unternehmen kümmern. Es handelt sich dabei normalerweise nicht um Personen, die sich durch ihr Fachwissen auszeichnen, sondern um Personen mit einem großen *guanxi*-Netz.

Guanxi zwischen zwei Unternehmen werden vor allem durch Kontaktpersonen aufgebaut. Auf der Basis der persönlichen Beziehungen entsteht dann das nötige Vertrauen, das ein

¹²⁵ Interview in Shanghai am 19.09.1997.

höheres Risiko und mehr Flexibilität im Geschäft oder in einer Kooperation erlaubt. Mit diesem „Klebstoff“ kann die Zusammenarbeit auch ohne bis ins letzte Detail reichende Regelungen funktionieren. Vielleicht gerade aus diesem Grund bevorzugen die Chinesen Geschäfte mit „alten Freunden“ (*lao pengyou* 老朋友). Ein *lao pengyou* ist dabei kein Freund im westlichen Sinn, sondern eine Person oder ein Unternehmen mit *guanxi* (*guanxihu* 关系户). Manche nennen den chinesischen Kapitalismus in Taiwan deshalb sogar „*guanxi*-Kapitalismus“. Mit je nach Land unterschiedlichen Akzentsetzungen ist diese Geschäftstradition in ganz Ostasien verbreitet.

Für chinesische Geschäftsleute ist also nicht ein Vertrag, sondern das persönliche Vertrauen die sichere Basis für ein Geschäft. Dies kann auch für Kontakte mit ausländischen Firmen gelten: So begann zum Beispiel ein deutsch-chinesisches Joint-Venture schon vor Vertragsabschluß mit der Produktion (Busch 1987:106). Viele ausländische Unternehmen haben in China die Erfahrung gemacht, daß *guanxi* oftmals ausschlaggebender sind als der Preis der Güter oder Dienstleistungen (Klug 1997:46).

4.7 „Sie kommen bei einer Sache nicht auf den Punkt“¹²⁶

4.7.1 Darstellung des Problems

Eine weitere genannte „chinesische Eigenschaft“ im Bezug auf das Kommunikationsverhalten der Chinesen war, daß sie im Gespräch oder in einer Diskussion oft „*nicht auf den Punkt kommen*“. Es wurde von den befragten deutschen Expatriates die folgende Beobachtung gemacht, daß Chinesen im Gespräch gern zunächst die Atmosphäre heiter und locker machen, dann möglichst viele Hintergrundinformationen anbieten, erst danach sich allmählich dem zentralen Punkt zuwenden. Ein Deutscher gerate dann leicht in Verzweiflung, weil er nicht genau weiß, worum es sich handelt. Dadurch dauere eine Mitarbeiterbesprechung oft wesentlich länger als in Deutschland. Was man in Deutschland in einigen Minuten besprechen kann, brauche in China Stunden. Hierzu einige Aussagen aus den Interviews:

¹²⁶ Interview in Changzhi (Provinz Shanxi) am 22.03.99.

„Wenn Sie einen nicht sehr gut kennen, und er versucht Ihnen einen Tatbestand zu erklären, dann ist der Chinese immer zu 100%ig deduktiv. Sie kommen also von Adam und Eva über Gott und die Welt, über die generelle Situation, dann immer weiter bis zum Schluß. Das ist manchmal kürzer, manchmal länger, und da ist es unhöflich zu unterbrechen. In Deutschland ist es ein Zeichen, daß man mitdenkt, wenn man sagt, ja, ich verstehe, was du meinst und der geht dann bestimmt auf den Punkt zu oder so. Das sollte hier nicht gemacht werden.“¹²⁷

„Nachteile von Chinesen: Sie kommen bei einer Sache nicht auf den Punkt. Es wird viel geredet, lang geredet, wenn man 2 Stunden redet, das hätte man in 10 Minuten erledigt haben können. Aber das ist auch die chinesische Mentalität, wo man sich erst gegenseitig lobt und alles Mögliche und so weiter.“¹²⁸

„Diese ewigen Diskussionen, dieses Im-Kreis-Reden! In Deutschland braucht man für eine Sache 5 Minuten, hier brauchen Sie für die gleiche Sache fünf Stunden.“¹²⁹

In Interviews mit chinesischen Befragten machte ich selbst die Beobachtung, daß meine chinesischen Interviewpartner nicht gern direkt auf meine Frage über die konkreten Probleme in der Zusammenarbeit mit Deutschen eingingen, sondern mir immer zuerst die Geschichte des Joint-Ventures, den Verhandlungsprozeß, die Machtkonstellation zwischen Deutschen und Chinesen im Vorsitzrat u.ä. erzählten. Diese Hintergrundinformationen sind sicherlich sehr wichtig für das Verständnis der Probleme zwischen den Joint-Venture-Partnern. Deutsche Befragte führten sie aber in der Regel erst später im Zusammenhang mit konkreten Problemen als Zusatzinformationen an.

4.7.2 Analyse des Problems

Die Analyse von Gesprächen englischsprechender Chinesen in Young (1994) zeigt, daß Chinesen präferieren, Informationen allmählich auszupacken. Die Hauptthese wird oft sehr spät präsentiert (Young 1994:29ff). Bei der Untersuchung über chinesisch-deutsche Unterschiede im Diskursstil kam Günthner zum Schluß, daß Chinesen bei der „Verpackung von Informationen“ den indirekten Stil bevorzugen (Günthner 1993:170). Sowohl das englische Datenmaterial von Young als auch das deutsche von Günthner weisen auf, daß chinesische Sprecher chinesische Syntaxstrukturen und Gesprächsstrategien direkt ins Englische oder Deutsche übertragen. Die syntaktische Struktur von dem am häufigsten

¹²⁷ Interview in Nanjing (Provinz Jiangsu) am 29.03.99.

¹²⁸ Interview in Changzhi (Provinz Jiangxi) am 22.03.99.

verwendeten Kausalsatz im Chinesischen ist: *yinwei (weil)... suoyi(deshalb)*... Es wird also zunächst die Ursache bzw. der Grund genannt, dann die Wirkung bzw. das Resultat. Ein konkretes Beispiel dafür ist:

因为我病了，所以我不能来。
Yinwei wo bingle, suoyi wo buneng lai.
 Weil ich krank war, (deshalb) konnte ich nicht kommen.

Der selbe Satz im Deutschen ist:

Ich konnte nicht kommen, weil ich krank war.

Diese Präferenz für die Reihenfolge „zuerst die Ursache dann die Wirkung“ (*qianyin houguo* 前因后果) auf der Satzebene ist auch auf der Diskursebene im Chinesischen zu beobachten. Im Buch „*Communicating across Cultures*“ bemerkt Ting-Toomey:

„In the Chinese language, in order to explain one event, individuals must first consider all the other conditions that are contextually connected to it.“ (Ting-Toomey 1999:96)

Das folgende Beispiel wurde von ihr angegeben:

„It was raining, the parking lot was filled, the postoffice was crowded with a long line, and closing hour was near, therefore I did not get a chance to mail the package.“(eda.)

Sicherlich kennt man im Deutschen diese Struktur auch, daß man zunächst die Ursache oder der logische Grund für eine Aussage gibt, bevor das Geschehen genannt wird. Aber in der Rhetorik herrscht die Tendenz vor, „zunächst die Behauptung zu formulieren und dann anschließend Begründung für die Behauptungen mit entsprechenden Rechtfertigungen und Belegen zu liefern“ (Günthner 1993:133). Umgekehrt bedienen sich Chinesen gelegentlich auch diese Gesprächsstrategie. Da aber in der chinesischen Rhetorik „die sozialen Beziehungen der Interagierenden, das Prinzip der Harmonie und Erhaltung des eigenen und fremden Gesichts im Mittelpunkt“ stehen, bemühen sich die Sprecher im Gespräch, „zunächst einen gemeinsamen Rahmen an Hauptinformationen zu etablieren, bevor sie zum eigentlichen Hauptpunkt kommen“ (Günthner 1993:132).

Im folgenden ist ein Auszug aus einem Interviewgespräch zwischen mir und einem chinesischen Manager:¹³⁰

¹²⁹ Interview in Jiangyin (Provinz Jiangsu) am 12.04.99.

¹³⁰ Interview in Shanghai am 05.03.99. Das Gespräch wurde auf Chinesisch geführt, es handelt sich hier um eine wörtliche Übersetzung aus dem Chinesischen. Die Wörter in den eckigen Klammern existieren nicht in

F: Wie bewerten Sie die deutschen Expatriates in Ihrem Joint-Venture?

A: Wir haben zwei Generalmanager erlebt. Der Ex-Generalmanager kennt relativ viel von China, [er] versteht sehr schnell. [Er] ist großmütig. Er arbeitete für sehr lange Zeit als Geschäftsmann im Ausland, ist auch sehr großzügig. Er hatte die Überzeugung, Landa als ein erstklassiges Unternehmen aufzubauen.¹³¹ Er meinte, nur wenn alle anderen Leute zufrieden sind, würde er dann selbst zufrieden. Was er tat, entsprachen alle dem hohen Standard. [Man] sollte sagen, diese Person ist ziemlich gut. Er ist ein Deutscher, lebte aber sehr lange in den USA und Kanada, sein Englisch ist akzentfrei. Wenn ich etwas nicht verstand, wußte er, mir mit anderen Worten zu erklären. Er war sehr gut zu mir. Er kennt die chinesische Lage und die chinesischen Sitten sehr gut. Er hat auch die wirtschaftlichen und kulturellen Hintergründe studiert. Er verfügt über starke Anpassungsfähigkeit. Außerdem achtete er sehr auf sein Ansehen und seine Image unter den Mitarbeitern. Wenn ein Mitarbeiter ihm über etwas berichtete, auch wenn es sich um ein privates Problem handelte, kümmerte er sich darum intensiv.... Er kennt die Situation in Beijing auch sehr gut. Im Repräsentanzbüro in Beijing stellte er einige Leute an, die Beziehungen zu der Regierung haben, [damit] legte er das Fundament für Landa, so daß das Joint-Venture noch vor der Inbetriebnahme bereits Verträge bekam. Deshalb sollte [man] sagen, als ein Gründer war er sehr erfolgreich. Zudem die historischen Bedingungen, (Das Gespräch wurde hier unterbrochen durch einen unerwarteten Besuch von dem jetzigen deutschen Generalmanager)

Bei der Antwort des chinesischen Befragten handelt es sich um zwei Hauptaussagen: 1. Der Ex-Generalmanager ist eine gute Person. 2. Als ein Gründer war er sehr erfolgreich. Bevor der Sprecher diese beiden Hauptaussagen äußerte, wurden jeweils eine Reihe von Informationen und Fakten dargelegt, die zwar um das Thema der Frage kreisen, jedoch nicht direkt auf die Frage antworten. Erst am Ende seiner Aussage wurde die Interviewfrage beantwortet.

Dieser Stil entspricht einer Beobachtung, die Kaplan bei der Analyse englischer Aufsätze von chinesischen und koreanischen Studenten in den Vereinigten Staaten machte:

„The concluding paragraph-sentence presents, in the guise of a summary logically derived from previously posited ideas, a conclusion which is in fact partially a topic sentence... The Paper arrives where it should have started.“(Kaplan 1966:11)

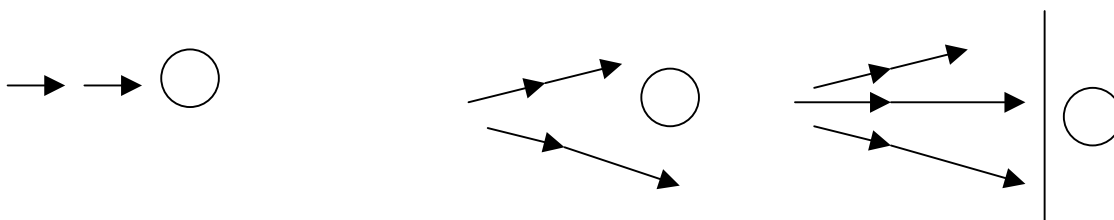
Den Grund für die Präferenz eines solchen Stils sah Kaplan in der „orientalischen“ rhetorischen Tradition, deswegen nannte er diesen Stil den „orientalischen Stil“, den er bildlich so darstellte (Kaplan 1966:15):



Der typische amerikanische rhetorische Stil sieht nach Kaplan dagegen wie folgt aus:



Im ihrem Buch „*Ostasien denkt anders*“, erklärte Abegg das andersartige Kommunikationsverhalten von Chinesen durch die Unterschiede in der Denkweise zwischen „Ostasiaten“ und „Europäern“. Beim abendländischen Denken könne man eine klare Entwicklung, einen fortschreitenden Gedankengang erkennen. Es handele sich um eine geradlinige und zielgerichtete Denkweise, die graphisch folgendermaßen darstellbar ist (Abegg 1946:47).



Bei der linearen Denkweise kann man eine klare Kausalität erkennen. Wie die obigen Abbildungen zeigen, gibt es bei dieser Art von Denkweise aber gleichzeitig die Gefahr, daß die Denklinie am Ziel vorbeischießen oder durch Hindernisse aufgehalten wird.

Beim chinesischen Denken sehe man oft nichts als ein rätselhaftes Gebilde von „Pfeilen“, die zuerst ungeordnet und richtungslos erscheinen und sich erst dann einer bestimmten Mitte – dem Denkziel oder dem Denkresultat – zuwenden, wenn sie diese Mitte wittern. Bildlich läßt sich diese Denkart etwa so darstellen (Abegg 1946:48):

¹³¹ Der Name des Joint-Ventures sollte hier aus Grund der Anonymität geändert.



Diese Art von Denkweise hat jedoch den Nachteil, daß der Kommunikationspartner am Anfang leicht den Eindruck bekommen würde, daß man ins Blaue hineinredet. Erst später weiß man ungefähr, worum es sich handelt.

Nach meinen ethnographischen Beobachtungen wird diese Kommunikationsstrategie, daß bevor der Hauptpunkt angesprochen wird, zunächst alle im Zusammenhang stehenden Hintergrundinformationen präsentiert werden, sehr oft von Chinesen bei den folgenden Sprachhandlungen eingesetzt: Antworten, Diskutieren, Probleme erklären, Erzählen, Beschreiben, Argumentieren, Begründen und Erläutern. Sicherlich kennt man in China auch, etwas ohne Umschweife zu sagen. In Kommunikationssituationen, in denen der Sprecher nicht sicher ist, ob sein Kommunikationspartner über das notwendige Vorwissen verfügt, gibt es aber die Tendenz, daß der Sprecher bei der Organisation und Präsentation der Informationen diese Strategie präferiert. In der Kommunikation mit einem Partner aus einem anderen Kulturkreis neigt man besonders dazu, „*bei Adam und Eva*“ zu beginnen,¹³² weil man das Hintergrundwissen des ausländischen Partners oft unterschätzt.

Diese Art von Organisation und Präsentation der Informationen wurde von einigen Befragten als „*Nachteile*“ der Chinesen,¹³³ als Anzeichen dafür, daß Chinesen „*nicht logisch denken*“ können,¹³⁴ und auch als Zeitverschwendung wahrgenommen und entsprechend negativ bewertet. Das ist ein weiteres Beispiel dafür, daß man in der interkulturellen Kommunikation ohne Kenntnisse über Unterschiede in den Kommunikationskonventionen und Denkweise sehr leicht Gefahr läuft, andersartiges Kommunikationsverhalten aus der ethnozentrischen Sichtweise zu betrachten und zu interpretieren. Den Grund für den Unterschied führt man dann häufig auf die Persönlichkeit bzw. die Mentalität des Kommunikationspartners zurück. Die obige Ausführung zeigt jedoch deutlich, daß es sich

¹³² Ich übernehme hier den Ausdruck eines Interviewpartners. Interview in Nanjing (Provinz Jiangsu) am 29.03.99.

¹³³ Interview in Changzhi (Provinz Shanxi) am 22.03.99.

¹³⁴ Interview in Jiangyin (Provinz Jiangsu) am 12.04.99.

bei der genannten „chinesischen Eigenschaft“ *„nicht auf den Punkt zu kommen“* um einen anderen rhetorischen Stil und eine andere Kommunikationsstrategie handelt.

4.8 Fazit

In diesem Kapitel wurden die deutschen Erfahrungen zur Kommunikation mit Chinesen mit Beispielen von Aussagen dargestellt. Es wurde zwei Arten von Kommunikationsproblemen angesprochen: Probleme wegen der Sprache und Probleme wegen der andersartigen bzw. fremdartigen Kommunikationsstrategien des Partners. Es zeigte sich, daß ein Großteil der befragten Deutschen in ihrer Zusammenarbeit mit Chinesen weder mit der eigenen Muttersprache noch in der Muttersprache des Geschäftspartners kommunizieren konnten. In über 50% der Fällen kommunizierten deutsche Expatriates und Chinesen durch eine dritte Sprache (Englisch) bzw. durch eine dritte Person, in der Regel einen englischsprechenden chinesischen Dolmetscher. Bei dieser Art von Kommunikationsweise versteht es sich, daß Verständigungsprobleme und Mißverständnisse unvermeidlich sind.

Kommunikationsprobleme wegen der mangelnden Sprachkenntnisse sind offensichtlich. So lange man die Ursache eines Problems kennt, kann man auch an dessen Lösung arbeiten. Sowohl die Befragten als auch ich als ein Beobachter bin der Ansicht, daß ein durchschnittlich dreimonatiger intensiver Sprachkurs vor dem Einsatz in China für deutsche Expatriates realistisch und sinnvoll ist für die Verbesserung der sprachlichen Kommunikation mit Chinesen.

In der Zusammenarbeit mit Chinesen erlebten die befragten Deutschen jedoch auch andere Kommunikationsprobleme, die nach ihren Aussagen nicht wegen der Sprachkenntnisse sondern wegen einiger „typisch chinesischen“ Eigenschaften entstanden. Folgende „chinesische Eigenschaften“ wurden in unserem Datenmaterial genannt:

1. Vieles, was aus deutscher Sicht direkt gesagt werden kann und sollte, wird von Chinesen nicht verbal ausgedrückt. Damit haben Deutsche oft Probleme in der Zusammenarbeit mit Chinesen, weil sie die Meinung des chinesischen Partners nicht kennen.
2. Im Konfliktfall vermeiden Chinesen es, mit dem deutschen Kontrahenten direkt zu kommunizieren. Wenn beide Kooperationspartner in Konfliktsituationen nicht miteinander sprechen, kann der Konflikt aber aus deutscher Sicht nicht gelöst werden.

3. In geschäftlichen oder offiziellen Kommunikationssituationen, in denen aus deutscher Sicht das Gesicht keine Rolle spielen sollte (wie Ratschläge oder Anregungen akzeptieren, fragen bei Unkenntnis u.ä.), weil es dabei nur um sachliche Dinge handelt, sehen ihre chinesische Partner oder Kollegen eine Gesichtsbedrohung.
4. Informelle Kommunikation (Kommunikation in der Freizeit bzw. außerhalb des Geschäftsbereichs wie Büros, Firmen u.ä.) hat eine größere Bedeutung in der Geschäftspraxis in China als in Deutschland.
5. Während Deutsche im Geschäftsgespräch in der Regel einen direkten Kommunikationsstil präferieren und keine Umschweife machen würden, bevorzugen Chinesen, zuerst alle im Zusammenhang stehenden Informationen zu erzählen und dann allmählich zum Punkt zu kommen. Die eigentliche Meinung des Sprechers wird oft erst am Ende seiner Ausführung präsentiert.

Die von den befragten Deutschen erwähnten „chinesischen Eigenschaften“ entsprechen meinen eigenen ethnographischen Beobachtungen, teilweise werden sie auch von Arbeiten anderer Untersucher bestätigt. Es handelt sich hier also nicht um subjektive Meinungen oder individuelle Erfahrungen einzelner deutscher Befragten, sondern um real existierende und in der interkulturellen Kommunikation häufig zu beobachtende Phänomene. Unsere Untersuchung bestätigt auch, daß diese „chinesischen Eigenschaften“ Barrieren für die Kommunikation zwischen deutschen und chinesischen Geschäftsleuten errichteten. In unserem Datenmaterial wurden noch einige andere „chinesische Eigenschaften“ wie Mangel an „höflicher Distanz“,¹³⁵ „spontan“,¹³⁶ „herzlich“¹³⁷ etc. von einzelnen Befragten erwähnt, sie wurden hier aber nicht thematisiert, weil sie den Erfahrungen der Befragten folgend keine Kommunikationsprobleme verursachen.

Neben der Darstellung der Aussagen habe ich in diesem Kapitel auch versucht, die genannten „chinesischen Eigenschaften“ und die dadurch entstandenen Kommunikationsprobleme zu analysieren. Es zeigte sich, daß es bei den von deutschen Befragten genannten „chinesischen Eigenschaften“ in der Tat um chinesische Kommunikationskonventionen bzw. -strategien handelt, die sich von den deutschen unterscheiden. Die Tatsache, daß abgesehen von den neun Sinologen nur Eindrittel der

¹³⁵ Interview in Würzburg am 24.02.99.

¹³⁶ Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 08.03.99 und am 12.03.99.

befragten deutschen Expatriates für ihren Einsatz in China vorbereitet waren, und über 60% der 58 Befragten über keinerlei chinesische Sprachkenntnisse verfügten, führte dazu, daß die Mehrheit der Befragten weder die chinesischen Kommunikationskonventionen noch die damit verbundenen soziokulturellen Hintergründe kannten. Daraus ergab sich, daß die Betroffenen das andersartige Kommunikationsverhalten der Chinesen nicht selten als Normverletzung wahrnahmen und entsprechend negativ interpretierten. Kommunikationsprobleme und Mißverständnisse sind dann die logischen Konsequenzen davon.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist jedoch nicht, Schuldsuche zu treiben, sondern es geht darum, Probleme in der Kommunikation zwischen deutschen Expatriates und Chinesen herauszufinden und Verbesserungsvorschläge anzubieten. Es ist deshalb nicht meine Intention, mit der bisherigen Ausführung Kritik an den deutschen Befragten zu üben. Die chinesischen Partner der befragten Deutschen kannten im allgemeinen ebenso wenig von den deutschen Kommunikationskonventionen. Auf der anderen Seite handelt es sich bei der Kommunikation zwischen deutschen Expatriates und Chinesen häufig um eine besondere Kommunikationssituation, in der beide Kommunikationspartner durch eine dritte Sprache kommunizieren. Unsere Untersuchung zeigt, daß der Einsatz einer *lingua franca* in der interkulturellen Kommunikation zwischen Deutschen und Chinesen fundamentale Kommunikationsbarrieren nicht ausschalten kann, im gewissen Sinne erschwert er sogar den Betroffenen, die wirklichen Gründe der Kommunikationsprobleme zu erkennen. In unserem konkreten Fall von deutsch-chinesischer interkultureller Kommunikation durch Englisch kam es nicht selten vor, daß die deutschen Befragten ihre chinesischen Kommunikationspartner verbal bzw. wörtlich verstanden, jedoch die wirkliche Meinung der Chinesen nicht erschließen konnten. Umgekehrt erlebten unsere deutschen Befragten nicht selten, daß sie glaubten, vom chinesischen Kommunikationspartner verstanden zu werden, in der Tat aber nicht wirklich verstanden wurden. Ein wichtiger Grund des Nichtverstehens trotz einer gemeinsamen Sprache (Englisch) ist, weil in unseren Fällen sowohl Deutsche als auch Chinesen als Nichtmuttersprachler zwar die englische Grammatik und Vokabeln kennen, aber nur über sehr geringe Kenntnisse des praktischen Gebrauchs der Fremdsprache verfügen.

¹³⁷ Interview in Jiangyin (Provinz Jiangsu) am 12.04.99.

Wie vorher bereits darauf hingewiesen wurde, Kommunikation ist ein komplexes Phänomen und Kommunikationsprobleme sind selten monokausal. Meine Analyse in diesem Kapitel verdeutlicht auch, daß interkulturelle Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates und Chinesen nicht immer linguistisch zu erklären sind, weil Kommunikationsverhalten und -konventionen keine rein sprachlichen Phänomene sind. Deshalb setzte ich bei der Analyse der von deutschen Befragten genannten Probleme sowohl mein eigenes ethnographisches und soziokulturelles Hintergrundwissen als auch Ergebnisse anderer Forscher aus verschiedenen Disziplinen (z.B. soziopsychologische und anthropologische Thesen zu kollektivistischen-individualistischen und high-context- und low-kontext-Kulturen u.a.) ein. Meine Analyse erhebt jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Viele andere Aspekte wie die (asymmetrische) Rollenverteilung und Interessenverschiedenheit der Kommunikationspartner usw., die auch das Kommunikationsverhalten beeinflussen können, wurden nicht berücksichtigt, weil sie von jedem einzelnen Fall abhängig sind, und die Analyse dieser Faktoren aus dem Rahmen dieser Arbeit fallen wird. Aufgrund des vorhandenen Datenmaterials war es mir auch nicht möglich, Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates und Chinesen auf der Microebene der Gespräche zu analysieren, dazu braucht man Aufnahme konkreter Gespräche zwischen deutschen Expatriates und Chinesen.

Es ist mir jedoch gelungen, aufgrund der Analyse der Aussagen der deutschen Befragten die ersten vier von den fünf eingangs gestellten Fragen zu beantworten. Bevor ich mich mit der letzten Frage, „Welche Verbesserungsvorschläge können für die Vorbereitung der künftigen deutschen Expatriates gegeben werden?“ auseinandersetze, möchte ich zunächst die chinesischen Erfahrungen zur Kommunikation mit Deutschen darstellen, die uns meiner Meinung nach aus einem anderen Aspekt Einblick in die Kommunikationsprobleme zwischen deutschen und chinesischen Geschäftsleuten verschaffen und gleichzeitig auch nützliche Anregungen zur Verbesserung der Kommunikation und Verständigung anbieten werden.

Nicht zuletzt sei darauf hinzuweisen, daß auch wenn ich hier die Existenz der von deutschen Befragten genannten „typisch chinesischen“ Kommunikationsverhaltensweisen bestätige, ich nicht davon ausgehe, daß diese „chinesischen“ Kommunikationsverhaltensweisen nicht bei Deutschen zu beobachten sind und sich alle Chinesen bzw. Deutschen nach den gleichen

Kommunikationsmustern verhalten würden. Wie der direkte oder indirekte Kommunikationsstil immer relativ gemeint ist, handelt es sich bei den national typischen Eigenschaften des Kommunikationsverhaltens nur um Tendenz und Präferenz. Sie sollten deshalb nicht als Stereotypisierungen verstanden werden. In einer konkreten Kommunikationssituation zwischen einem Deutschen und einem Chinesen können Unterschiede im Alter, Geschlecht und Sozialstatus u.a. weitgehend schwerwiegender als der Kulturunterschied der Kommunikationspartner sein. Der Unterschied zwischen zwei Chinesen bzw. Deutschen kann auch viel größer als der Unterschied zwischen einem Deutschen und einem Chinesen sein. Der Fakt, daß nur zwei von unseren insgesamt 58 deutschen Befragten über ein Scheitern der Zusammenarbeit berichteten, bestätigt, daß trotz der Unterschiede im Kommunikationsverhalten und in Kommunikationskonventionen es weitgehend möglich ist, Verständigung zwischen Deutschen und Chinesen zu erreichen.

5 Chinesische Erfahrungen in der Kommunikation mit Deutschen

5.1 Positive Erfahrungen

Wenn Chinesen nach Erfahrungen in der Kommunikation mit Deutschen gefragt wurden, war eine der häufigsten Antworten, daß Deutsche im Vergleich zu Chinesen direkter und offener sind. „*Sie sagen, welche Meinung sie haben*“ („*Tamen you shenme shuo shenme.*“ „*他们有什么说什么。*“) ¹³⁸ Es sei deswegen relativ einfach, mit Deutschen umzugehen. Viele befragte Chinesen bestätigten im Interview, daß sie sich in der Kommunikation mit Deutschen diesem direkten Kommunikationsstil der Deutschen anpaßten. Dies bestätigt, daß in der interkulturellen Kommunikation unterschiedliche Kommunikationsstile der Kommunikationspartner nicht immer Kommunikationsstörungen verursachen. Andererseits bedeutet es, daß man in der interkulturellen Kommunikation nicht unbedingt den eigenen Kommunikationsstil zu ändern braucht.

Eine weitere positive Erfahrung der chinesischen Befragten war, daß Deutsche sachlich seien. Anders als im Umgang mit ihren chinesischen Kollegen und Vorgesetzten konnten sie deutschen Vorgesetzten auch andersartige Meinungen offen und direkt sagen. Für Chinesen sei ein solches Verhalten aber unhöflich und gesichtsbedrohend. Deutsche seien auch bereit, eigene Fehler zu bekennen. Hierzu zwei Zitate aus den Interviews:

F: Nimen ke bu keyi gei ta ti yijian? 你们可不可以给他提意见?

(Können Sie Einwände gegen ihn (den deutschen Manager) erheben?)

A: Ni haishi keyi ti yijian de. Dan tamen yiban bijiao zixin. Chufei ni you jianqiang de liyou bodao ta. Dan tamen haishi yuanyi chengren cuowu de, buhui xiang zhongguoren, biaomianshang jieshou le, neixin meiyou.

你还是可以提意见的。但他们一般比较自信。除非你有坚强的理由驳倒他。但他们还是愿意承认错误的，不会象中国人，表面上接受了，内心没有。

Sie können schon Einwände vorbringen. Aber sie sind in der Regel sehr selbstsicher. Nur wenn Sie schlagende Argument vorbringen, werden sie Ihren Einwand gelten lassen. Aber sie sind schon bereit, eigene Fehler zu bekennen. Sie werden in der Regel nicht so tun wie Chinesen, daß man anscheinend [andere Meinungen] akzeptiert, innerlich aber nicht. ¹³⁹

F: Ni dui gen deguoren jiaoliu you shenme ganshou? 你对跟德国人交流有什么感受? (Welche Erfahrungen haben Sie in der Kommunikation mit Deutschen?)

A: Zongde lai jiang shuangfang haishi bijiao rongyi goutong de. Jinguan deguoren keneng youyu minzuxing de guanxi zai mouxie wenti shang bijiao guzhi, hennan

¹³⁸ Interview in Zhongshan (Provinz Guangdong) am 15.03.99.

¹³⁹ Interview in Shanghai am 19.09.97.

gaibian ziji de jue ding, zongde laishuo, wo fajue, zhiyao deguoren renwei ni jiangde haishi you daolide, ta haishi hui jieshou de / siban, danshi ruguo ni neng zhengming nide guandian dehua, ta haishi yuanyi jieshou nide guandian de, suiran youshihou hennan zhengming wo shi duide.

总的来讲双方还是比较容易沟通的。尽管德国人可能由于民族性的关系在某些问题上比较固执，很难改变自己的决定，总的来说，我发觉，只要德国人认为你的观点还是有道理的，他还是会接受的。死板，但是如果你能证明你的观点，他还是愿意接受你的观点的，虽然有时候很难证明我是对的。

Insgesamt ist es noch relativ leicht, sich gegenseitig zu verständigen. Obwohl in manchen Fragen Deutsche vielleicht wegen ihres Nationalcharakters relativ hartnäckig sind, und sehr schwer ihre eigenen Entscheidungen ändern würden, finde ich insgesamt, wenn [ein] Deutscher glaubt, daß das, was Sie sagen, verständlich ist, wird er es schon akzeptieren. [Sie sind] stur, wenn Sie aber ihnen Ihre Meinung begründen können, akzeptieren sie schon Ihren Einwand. Es ist jedoch manchmal sehr schwierig zu beweisen, daß ich recht habe.¹⁴⁰

Die chinesischen Befragten bestätigten, daß deutsche Expatriates insgesamt einen guten Ruf in China haben. Neben der oben genannten positiven Eigenschaften, nämlich der Direktheit, Offenheit und Sachlichkeit der Deutschen wurden auch die Höflichkeit, Zuverlässigkeit und das systematische Denken der Deutschen von den chinesischen Befragten erwähnt.

5.2 Negative Erfahrungen

5.2.1 Darstellung der Aussagen

Eine negative Erfahrung, die die befragten Chinesen in der Kommunikation mit Deutschen machten, war, daß die Mehrheit der in China arbeitenden deutschen Expatriates kein Chinesisch konnte. Der Kontakt zwischen den deutschen Expatriates und ihren chinesischen Mitarbeitern beschränke sich deshalb fast ausschließlich auf die Arbeitszeit. Es gebe kaum Gedankenaustausch zwischen den deutschen Expatriates und ihren chinesischen Kollegen. Hierzu eine Aussage aus einem Interview:

Tamen deguoren pailai de ren zhongwen dou budong de, zhe shi man yihan de, buxiang meiguo gongsi paidao guowai de, youxie zongjingli dou dong dangdi de yuyan de, zheshi youdian quexiang. Suoyi, dui zhongguo yuyan budong, dui zhongguo wenhua beijing jiu butai qingchu, zheshi yige quexian.

他们德国人派来的人中文都不懂的，这是蛮遗憾的，不象美国公司派到国外的，有些总经理都懂当地的语言的，这是有点缺陷。所以对中国语言不懂，对中国文化背景就不太清楚，这是一个缺陷。

Diejenigen, die von Deutschen hierher entsandt wurden, verstehen alle kein

¹⁴⁰ Interview in Shanghai am 17.10.97.

Chinesisch, das ist sehr schade. Nicht wie die von den amerikanischen Unternehmen ins Ausland entsandten Expatriates. Sogar manche Generalmanager verstehen die einheimische Sprache. In dieser Hinsicht haben [Deutsche] Nachteile. Deswegen, wenn [sie] die chinesische Sprache nicht verstehen, kennen [sie] dann die chinesischen kulturellen Hingründe nicht sehr gut. Das ist ein Defizit.¹⁴¹

Als ich in einem Joint-Venture in Shanghai Interviews durchführte, machte ich in der Mensa die folgende Beobachtung: Während des Mittagessens aß der deutsche Expatriate, den ich interviewt hatte, allein an einem Tisch, und seine chinesischen Kollegen, viele seine Altersgenossen, saßen dagegen alle zu dritt oder viert zusammen und unterhielten sich beim Essen. Ich fragte eine Mitarbeiterin, warum keiner sich zum Tisch des Deutschen hinsetzen wollte. Die Antwort lautete, man wolle in der Mittagspause sich entspannen und es sei anstrengend, sich mit dem Deutschen auf Englisch zu unterhalten. In einem anderen Joint-Venture in Zhongshan machte ich ähnliche Beobachtungen. Daß sich die deutschen Expatriates ebenfalls nicht zu ihren chinesischen Kollegen hinsetzten, könnte aus dem selben Grund sein: sie wollten während des Essens auch keine Fremdsprache mehr sprechen, und auf der anderen Seite konnten sie die Unterhaltungen der Chinesen sowieso nicht verstehen.

Die chinesischen Befragten berichteten, in der Kommunikation mit deutschen Expatriates passierte es oft, daß Sachverhalte wegen des fehlenden Vokabulars nicht differenziert genug ausgedrückt wurden, oder aus sprachlicher Unsicherheit nur wenig oder überhaupt nichts zu bestimmten Themen gesagt wurde. Dadurch könnte bei dem Partner den Eindruck von geringer Kompetenz entstehen. So fühlten sich einige chinesische Befragte wegen ihrer sprachlichen Probleme von ihren deutschen Expatriates unterschätzt und glaubten, daß ihre Fähigkeiten und Leistungen von ihrem deutschen Partner nicht richtig anerkannt wurden. Umgekehrt kam es auch vor, daß die fachliche Kompetenz einiger Mitarbeiter aufgrund ihrer fremdsprachlichen Kompetenz von den deutschen Expatriates überschätzt wurde.

Ein weiteres Problem in der Kommunikation mit Deutschen sahen die chinesischen Befragten darin, daß Deutsche oft die wirkliche Intention des chinesischen Kommunikationspartners nicht erkennen konnten. Ein Befragter drückte seine Erfahrung wie folgt aus:

¹⁴¹ Interview in Shanghai am 17.10.97.

Zheshi jingchang fasheng de, wo xiang jiang shenme, ta ting budong. Hendo shi women buneng zhishuo, zhineng anshi, youxie waiguoren bujie lingzi.

这是经常发生的，我想讲什么，但是他听不懂。很多事我们不能直说，只能暗示，有些外国人不接灵子。

Es passierte sehr oft, ich wollte etwas sagen, aber er verstand mich nicht. Vieles können wir nicht direkt ausdrücken, [wir] können nur andeuten, manche Ausländer verstehen [aber] die Andeutungen nicht.¹⁴²

Ein anderer Befragter, der fließendes Englisch spricht und sonst keine Schwierigkeiten in der Kommunikation mit seinem deutschen Manager hatte, glaubte, daß seine Höflichkeit oft von seinem deutschen Chef als Schmeichelei mißverstanden wurde:

Ta juede ni wushi buke buzai geita pai mapi, dan qishi zheshi zhongguo ren de xiguan. Dui women laishuo zheshi keqi.

他觉得你无时无刻不在给他拍马屁，但其实这是中国人的习惯，对我们来说这是客气。

Er glaubt, du schmeichelst ihm die ganze Zeit, das ist aber in der Tat die chinesische Sitte. Für uns ist es höflich.¹⁴³

Eine Befragte, die nach ihrer eigenen Angabe keine sprachlichen Kommunikationsprobleme mit ihrem deutschen Chef hatte, weil sie Germanistik studiert hatte und deren deutscher Manager sehr gutes Chinesisch spricht (er hatte Sinologie studiert), beklagte im Interview:

Deguo ren meiyou renqingwei, hen zhijie. Zheshi tamen de xiguan. Ni wen ta de xiaohai, ta huishuo zheshi siren wenti.

德国人没有人情味，很直接。这是他们的习惯。你问他的孩子，他会说这是私人问题。

Deutsche haben keine menschliche Gefühle, [sie] sind sehr direkt. Das ist ihre Gewohnheit. Du fragst ihn nach seinen Kindern, er würde sagen, das sei Privatsphäre.¹⁴⁴

Folgende negative stereotype Zuschreibungen waren in den Interviews mit Chinesen immer wieder zu hören:

- Deutsche sind relativ stur (*siban* 死板), arrogant (*gaoao* 高傲), und rechthaberisch (*taizixing* 太自信)
- Viele deutsche Expatriates sind nicht genügend vorbereitet, sie kennen China nicht und verstehen viele chinesische Gepflogenheiten in China nicht
- Oft sind Deutsche zu ernst, und nehmen die Worte als bare Münze
- Deutsche werden schnell ungeduldig

¹⁴² Interview in Shanghai am 16.09.97.

¹⁴³ Interview in Shanghai am 18.09.97.

¹⁴⁴ Interview in Shanghai am 19.09.97.

Aufgrund unseres Datenmaterials ist es sehr schwierig zu bewerten, inwieweit diese Aussagen faktisch zu rechtfertigen sind. Aber sie wirken sehr stereotypisierend. Im folgenden werde ich auf die oben erwähnten Kommunikationsprobleme näher eingehen und versuchen, mögliche Erklärungen für die stereotypen Zuschreibungen zu finden. Die Aussagen der chinesischen Befragten deuteten darauf hin, daß einige dieser Stereotype über Deutsche auf das deutsche Kommunikationsverhalten zurückzuführen sind.

5.2.2 Analyse der Probleme

Bei den chinesischen Aussagen wurden zwei Arten von Kommunikationsproblemen angesprochen: 1. Kommunikationsprobleme wegen mangelnder Fremdsprachenkenntnisse der beiden Kommunikationspartner. 2. Kommunikationsprobleme wegen der mangelnden Kenntnisse der deutschen Expatriates über die chinesischen Kommunikationskonventionen.

Unsere Befragung zeigt, sowohl deutschen Expatriates als auch ihren chinesischen Mitarbeitern mangelte an fremdsprachlicher Kompetenz: deutschen Expatriates fehlte es an Sprachkenntnissen ihres Einsatzlandes; die Fremdsprachenkenntnisse ihrer chinesischen Kollegen waren ebenfalls wünschenswert bzw. verbesserungsbedürftig. Erfahrungen der chinesischen Befragten bestätigten, daß der Mangel an fremdsprachlicher Kompetenz der Kooperationspartner nicht nur zur Kommunikationsvermeidung bzw. Kommunikationsreduktion führte, sondern auch Mißverständnisse und Vorurteile verursacht, die wiederum negative Folgen für die sozialen Beziehungen hatten.

Die Qualifikation der Fachleute, die wegen mangelnder fremdsprachlicher Kompetenz nicht in der Lage waren, mit ausländischen Kollegen fachliche Diskussionen zu führen und seine Kenntnisse verbal auszudrücken, wurde unterschätzt. Zwei Befragte berichteten, daß die deutschen Expatriates in ihrem Joint-Venture die chinesischen Ingenieure am Anfang wegen ihrer mangelhaften fremdsprachlichen Kompetenz sehr gering schätzten. Erst später wurde ihre Fähigkeit von den deutschen Kollegen entsprechend anerkannt.

Auf der anderen Seite wurde m.E. der Eindruck von den „arroganten Deutschen“ dadurch erweckt, weil die deutschen Expatriates sich kaum mit ihren chinesischen Mitarbeitern unterhielten und Gedanken austauschten. Der reale Grund, daß sie wegen mangelnder

chinesischer Sprachkenntnisse gar nicht in der Lage waren, direkt mit Chinesen zu kommunizieren, könnte von kritisierenden Chinesen übersehen wurde.

Bei der zweiten Art von Kommunikationsproblemen handelt es sich um Mangel an interkultureller kommunikativer Kompetenz der beiden Kommunikationspartner. Mit „interkultureller kommunikativer Kompetenz“ meine ich die Fähigkeit, in der Kommunikation mit Fremden kulturspezifische Unterschiede in den Kommunikationsstrategien, -konventionen u.a. zu erkennen und darauf entsprechend reagieren zu können.

In unserer Befragung beklagten sich einerseits die chinesischen Befragten darüber, daß Deutsche ihre Indirektheit nicht verstehen konnten, andererseits aber beschwerten sich die deutschen Befragten darüber, daß Chinesen oft keine Wahrheit sagen oder keine Meinung haben. Die gegenseitigen Vorwürfe verdeutlichen, daß es sowohl den befragten Deutschen als auch den befragten Chinesen an interkultureller kommunikativen Kompetenz fehlte. Es handelt sich hier um ein typisches Beispiel von interkulturellem Mißverständnis, in dem eine Regel durch eine andere verletzt wurde. Während Chinesen der Norm „Je indirekter, desto höflicher“ verfolgten, sahen Deutsche darin eine Verletzung der deutschen Norm: „Ehrlich zu sein und möglichst klar und deutlich die Meinung zu äußern.“ Sowohl den Deutschen als auch den Chinesen, die dem Gegenüber vorwarfen, war die Quelle des Mißverständnisses unbewußt, weil sie das Kommunikationsverhalten des Partners nach eigenen Normen und aus Eigenperspektive interpretierten.

Chinesen, die sich darüber beklagten, daß Deutsche ihre Andeutungen nicht verstehen konnten, sollten deswegen versuchen, ihre Meinung möglichst klar und deutlich darzustellen. Deutsche Expatriates sollten auch chinesische Kommunikationskonventionen kennen. Floskeln wie „Sprechen wir später darüber“ oder „Wir werden das noch einmal beraten“ sind in der Regel als indirekte Ablehnung zu verstehen. Nach meinen ethnographischen Beobachtungen benutzen chinesische Sprecher gerne Partikeln wie „vielleicht“ (*keneng* 可能), „ungefähr“ (*dagai* 大概), „relativ“ (*bijiao* 比较) u.ä. in ihren Aussagen, auch wenn sie über etwas hundertprozentig sicher sind. Diese Wörter haben in den meisten Fällen keine semantische Bedeutung, sondern nur pragmatische Bedeutung. Dadurch sollen Ausdrücke gemildert werden. Denn einer, der seine Meinung in sehr

bestimmtem Ton sagt, wird in China häufig als unhöflich beurteilt, weil ein solches Verhalten die Höflichkeitsmaxime Bescheidenheit verletzt. Wie Untersuchungen von Young (1994) und Günthner (1993) zeigen, werden chinesische sprachliche Gepflogenheiten von Chinesen oft unreflektiert in die Fremdsprache übertragen. In den Interviews mit Chinesen hörte ich sie sehr häufig am Ende ihrer Ausführung sagen: „Ich weiß nicht, ob das, was ich gesagt habe, richtig ist“ (*bu zhidao wo shuode duibudui* 不知道我说的对不对). Dieser Ausdruck ist eine ritualisierte Form der Selbsterniedrigung, die zur Höflichkeit gehört. Sie könnte aber bei einem Deutschen auf Befremden stoßen und den Eindruck erwecken, daß der chinesische Sprecher unsicher ist oder keine Meinung hat. Umgekehrt könnte ein Deutscher, der sich immer in sicherem Ton äußert, von Chinesen als unhöflich und rechthaberisch wahrgenommen werden, weil er aus chinesischer Sicht nicht bescheiden sei.¹⁴⁵

Hier wird ein anderer wichtiger Grund für Mißverständnisse in der interkulturellen Kommunikation angesprochen: Unterschiede beim Ausdruck von Höflichkeit. Wie man schon am oben angeführten Beispiel sehen kann, was in einer Kultur als höflich gilt, kann in einer anderen Kultur eine andere Bedeutung haben. Die Aussage eines chinesischen Befragten, daß seine Höflichkeit von seinem deutschen Chef als Schmeichelei verstanden wurde, ist ein Beispiel dafür. Es gehört zur chinesischen Höflichkeitskonvention, in der Kommunikation mit Vorgesetzten die Status- und Altersdifferenzierung hervorzuheben, Stellung und Leistungen des Gegenübers zu erhöhen und in Äußerungen, die sich auf andere beziehen, möglichst zu übertreiben. Solche Verhaltensweisen werden aber von einem Deutschen sehr wahrscheinlich als Schmeichelei wahrgenommen. Für Chinesen sind sie jedoch konventionalisierte sprachliche Formen der Respektbezeugungen.

Im folgenden sind zwei weitere Beispiele von Mißverständnissen, die durch unterschiedliche Höflichkeitskonventionen zwischen Deutschen und Chinesen entstanden:

Eine Deutsche machte ihrer chinesischen Kollegin ein Kompliment und sagte: „Ihr Rock ist sehr schön.“ Daraufhin antwortete die Chinesin: „Nein, das ist ein ganz alter und billiger Rock.“ Die Deutsche fühlte sich durch solch eine Antwort vor den Kopf gestoßen. Doch es entspricht der chinesischen Höflichkeitsmaxime, Komplimente zurückzuweisen, statt sie dankend anzunehmen. Für einen Deutschen, der diese

¹⁴⁵ Im Buch *Liji* 礼记 [Aufzeichnungen der Riten] heißt es, „Wer höflich ist, der erniedrigt sich selbst und zeigt anderen gegenüber Respekt (*fu lizhe, zibeier zunren* 夫礼者,自卑而尊人)“. *Liji zhushu*-Ausgabe, j.1, 13a.

chinesische Konvention nicht kennt, ist das Zurückweisen eines Kompliments wenig höflich.

Meine chinesische Freundin, die mit einem deutschen Sinologen verheiratet ist, erzählte mir, ihr Mann halte sie für unhöflich, weil sie ihren Kindern gegenüber selten „danke“ und „bitte“ sagte. Umgekehrt berichtete meine deutsche Freundin, die fließendes Chinesisch spricht und direkt mit ihrer chinesischen Schwiegermutter kommunizieren kann, daß es ihrer Schwiegermutter jedesmal eher unangenehm zu sein schien, wenn sie sich bei ihr bedankte. Der Grund für solche Mißverständnisse liegt darin, daß in China zwischen Familienmitgliedern und besonders engen Freunden die beiden Ausdrücke „bitte“ und „danke“ konventionell vermieden werden, da man sich sonst als Fremde behandelt fühlen würde.

Unkenntnis der unterschiedlichen Konventionen und Ausprägungen von Höflichkeit kann nicht nur Mißverständnisse und Vorurteile in der interkulturellen Kommunikation verursachen, sondern auch die Beziehungen zwischen den Kommunikationspartnern beschädigen. Eine unserer chinesischen Befragten machte z.B. die Erfahrung, daß ihre Frage nach den Kindern des deutschen Gesprächspartners – eine typische chinesische Kennenlern-Frage – als Eindringen in die Privatsphäre mißverstanden wurde. Umgekehrt interpretierte sie die Direktheit der Deutschen als Zeichen „fehlender menschlichen Gefühle“ (*meiyou renqing wei* 没有人情味).

Es ist eines der bekanntesten Stereotype über Chinesen, daß sie neugierig seien. Schon in den ersten Minuten der Bekanntschaft werden Deutschen von ihren chinesischen Gesprächspartnern Fragen nach der persönlichen und gesellschaftlichen Biographie gestellt, z.B. „Was machen Sie beruflich?“ (*Nin/ni shi congshi shenme gongzuo de?* 您/你是从事什么工作的?) und „Haben Sie Kinder?“ (*Nin/ni you xiaohai ma?* 您/你有小孩吗?) u.ä. Bei Begegnung mit ihren chinesischen Bekannten bekommen Deutsche oft Fragen wie „Wohin gehst du?“ (*Qu na'er?* 去哪儿?) oder „Womit beschäftigst du dich in der letzten Zeit?“ (*Zuijin zai mang shenme ne?* 最近在忙什么呢?) Solche Fragen klingen in den Ohren eines Europäers oft sehr neugierig oder sogar aufdringlich. Sie sind aber in der Tat keine richtigen Fragen, sondern eher als Höflichkeitsfloskeln zu verstehen, die zwar eine Erwiderung verlangen, die Antwort braucht aber keinesfalls den Tatsachen zu entsprechen.

Das deutsche Grußverhalten, bei dem man sich gegenseitig mit „Guten Tag“ oder „Hallo“ begrüßt, empfinden viele Chinesen dagegen als kühl, weil es nicht so persönlich ist wie das

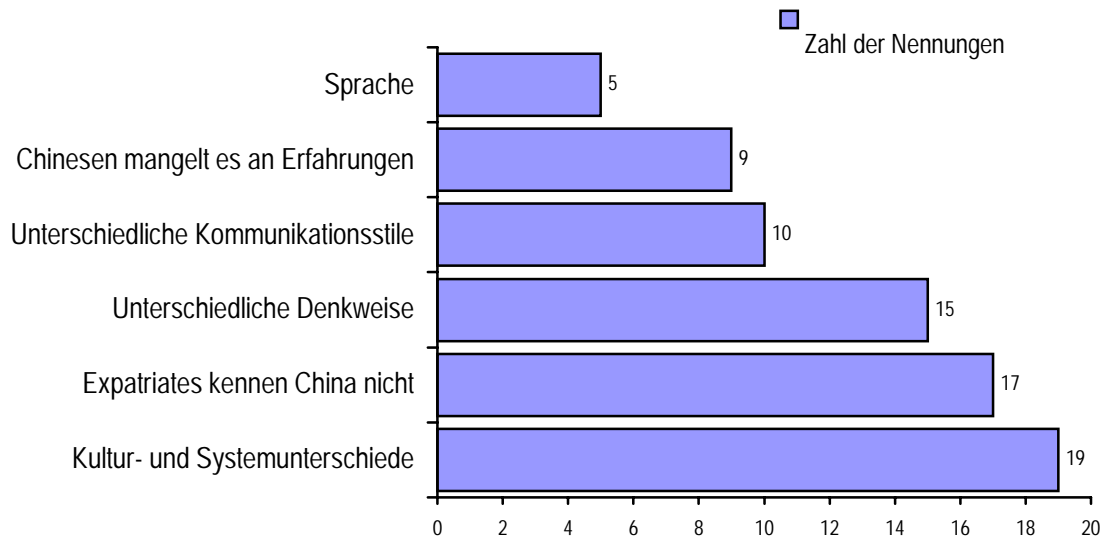
traditionelle chinesische Grußverhalten. Die bekannteste chinesische Grußform *nihao* 你好! (wörtlich: dir geht es gut), die sowohl als Gruß wie auch als Gegengruß verwendet werden kann, ist eigentlich gar nicht so chinesisch. Denn mit *nihao* werden in der Tat nur Fremde (vor allem Ausländer) und Nichtvertraute begrüßt. Bekannte und Fremde begrüßt man in China in der Regel mit einer Frage, die je nach Situation variiert. Einige Beispiele dafür sind:

- Zu Mahlzeiten grüßt man mit der Frage „Haben Sie gegessen?“ (*Chifan le ma* 吃饭了吗?)
- Auf der Straße grüßt man mit der Frage „Machst du Einkäufe?“ (*Caigou a* 采购啊?) oder „Wohin gehst du?“ (*Qu naer* 去哪儿?)
- Wenn man sieht, daß ein Bekannter gerade etwas liest, grüßt man mit der Frage „Was liest du?“ (*Kan shenme ne* 看什么呢?)

Das chinesische Wort für „grüßen“ (*wenhou* 问候) bedeutet wörtlich „Fragen nach dem Zustand“. Die Fragen nach der Tätigkeit bzw. nach der beruflichen Situation des Gegenübers sind Ausdruck von Anteilnahme und „Herzensfürsorge“ (*guanxin* 关心), sie dienen gleichzeitig der Pflege der Beziehungen. Fragen nach dem Alter, Familienstand, sozialen Status, Bildungsstand u.ä. am Beginn eines Gespräches mit einem Fremden werden von Deutschen oft als eine Zumutung und ein Eingriff in ihre Privatsphäre interpretiert, für Chinesen sind solche Fragen jedoch Bekundung des Interesses am anderen. Außerdem glauben Chinesen, daß man sich dem Gesprächspartner gegenüber nur dann sozial korrekt und höflich verhalten kann, wenn man seine persönliche und gesellschaftliche Biographie kennt.

Die obigen Ausführungen verdeutlichen, daß manche Stereotype und Mißverständnisse in der deutsch-chinesischen Kommunikation durch unterschiedliche Auffassungen und Konventionen von Höflichkeit entstanden sind. Für die interkulturelle Kommunikation ist deshalb die interkulturelle kommunikative Kompetenz ebenso wichtig wie die fremdsprachliche Kompetenz. Die chinesischen Befragten, die der deutschen bzw. der englischen Sprache mächtig sind, betonten im Interview, daß die Kommunikationsprobleme und Mißverständnisse zwischen deutschen Expatriates und Chinesen vor allem durch die sozialen und kulturellen Unterschiede der beiden Länder entstanden seien.

Genannte Gründe für die Kommunikationsprobleme



Angesichts der Tatsache, daß von den 41 chinesischen Befragten 20 Personen nicht direkt auf Deutsch oder Englisch mit deutschen Expatriates kommunizieren konnten, ist es bemerkenswert, daß nur eine geringe Anzahl der Befragten die Sprache als Barriere für die Kommunikation darstellte. Es ist anzunehmen, daß die sprachliche Barriere bei den meisten Befragten stillschweigend vorausgesetzt wurde.

Kenntnisse über fremdkulturelle Kommunikationskonventionen und kulturspezifische Unterschiede im Kommunikationsverhalten gehören zur interkulturellen kommunikativen Kompetenz. Sie sind Voraussetzung für die interkulturelle Verständigung. Im folgenden werden die von den chinesischen Befragten beobachteten Unterschiede im Kommunikationsverhalten zwischen Deutschen und Chinesen dargestellt.

5.3 Erkannte Unterschiede im Kommunikationsverhalten

5.3.1 Direktheit *versus* Indirektheit

Einen der größten Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Kommunikationsverhalten sahen chinesische Befragte in der Präferenz des direkten oder

indirekten Kommunikationsstils. Besonders bei der Arbeit verhalten sich Deutsche direkter und offener als Chinesen. Hierzu eine typische Aussage aus den Interviews:

„Youxie shi zhongguoren bu xihuan zhishuo, dan tanmen hui zhijie shuo. Butong yijian de difang, zhongguo ren caiqu dian yi dian, dian yi dian de fangfa, jinxing anshi.

有些事中国人不喜欢直说，但他们会直说。不同意见的地方中国人采取点一点、点一点的方法进行暗示。(Chinesen sagen manches ungerne direkt, aber sie (Deutsche) würden alles schon direkt sagen. Bei Meinungsverschiedenheiten bedienen sich Chinesen der Anspielungsmethode. Sie geben den einen oder anderen Wink.)¹⁴⁶

Die chinesische Präferenz für die Indirektheit kann nach Meinung der chinesischen Befragten den deutschen Expatriates Schwierigkeiten bringen. Ein Befragter, der sehr häufig als Dolmetscher an Verhandlungen zwischen Deutschen und Chinesen teilnahm, berichtete:

Tamen wen women yixie wenti, jiushi bu zhengmian huida, raolai raoqu, jiushi bu huidao dianzi shang. Qishi youxie dongxi jiu yiju hua, lanju hua jiuneng huida de. Biru youxie xiangmu, ru ditie xingmu, biru ,zanshi women meiyou dasuan, yihou hui youde'. Bu zheme yiju hua shuoming, yizhiyu defang daibiao ting bu mingbai, fanfu yizai de wen zhege wenti, raolai raoqu.

他们问我们一些问题，就是不正面回答，绕来绕去，就是不回到点子上。其实有些东西就一句话、两句话就能回答的。比如有些项目，如地铁项目，比如“暂时我们没有打算，以后会有的”。不这么一句话说明，以至德方代表听不明白，反复一再地问这个问题，绕来绕去。

(Sie fragten uns etwas, [Chinesen] antworteten einfach nicht direkt darauf, sondern redeten um den Brei herum und kamen nicht zum Punkt. In der Tat sind manche Fragen mit einem oder zwei Sätzen zu beantworten. Z.B. manche Projekte, wie das U-Bahn-Projekt, [kann man z.B. sagen:]“Im Moment haben wir es nicht vor, in der Zukunft werden wir es vielleicht planen“. Es wurde nicht mit solch einem Wort deutlich gemacht, so daß der deutsche Vertreter nicht verstehen konnte und immer wieder die selbe Frage stellte und im Kreis redete.)¹⁴⁷

Ein anderer chinesischer Befragter erzählte aus seiner Erfahrung:

Es passierte sehr häufig: Ein deutscher Geschäftsmann wollte eine Geschäftsreise nach China machen und fragte seinen chinesischen Geschäftspartner, ob ihm der Termin paßte. Die chinesische Antwort lautete immer: „Sie können kommen“ (*ni lai haole* 你来好了). Dann kam der Deutsche und wurde fürstlich bewirtet. Man zeigte ihm die Sehenswürdigkeiten usw., geschäftlich erzielte er aber kaum Ergebnisse. Die chinesische Antwort ist in der Tat oft rein höflich aber nicht wörtlich gemeint. Für einen chinesischen Manager ist es nämlich sehr schwierig, [der deutschen Seite] direkt ‚Nein‘ zu sagen oder abzulehnen. Sie müssen aus seinem Ton herausfinden, ob er wirklich an dem Besuch des Deutschen interessiert ist.¹⁴⁸

¹⁴⁶ Interview in Shanghai am 16.09.97.

¹⁴⁷ Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 10.03.99.

¹⁴⁸ Interview in Wuhan (Provinz Hubei) am 06.04.99.

Eine andere Befragte machte die Beobachtung, daß deutsche Expatriates wegen der chinesischen Indirektheit oft Schwierigkeiten im Umgang mit den chinesischen Kunden hatten:

Bifangshuo, suiran kehu jiangde hen mohu, dan qishi hen qingchu, ta buxiang mai women de chanpin. Zai yizhi wen xiaqu, qishi shi langfei shijian.
 比方说客户虽然讲得很模糊，但其实已经很清楚，他不想买我们的产品。如果你一直再问下去，其实是浪费时间。
 (Zum Beispiel, obwohl sich der Kunde nur sehr vage äußert, ist es aber in der Tat schon ganz klar, daß er unser Produkt nicht kaufen möchte. Wenn du immer weiter fragst, dann ist es nur eine Zeitverschwendung.)¹⁴⁹

Die festgestellte Tendenz der Präferenz existiert nach Meinung eines Befragten auch in der schriftlichen Kommunikationsform. Er beschrieb den Unterschied wie folgt:

Biru shuo xie yige xinhan gei renjia, zai xifang yiban zongshi kaimen jianshan. Women xiede han, duifang wangwang bu zhidao jiuujing yao gan shenme. Yiwei you keneng jiushi wenwen hao. Qishi shi weile jianli lianxi.
 比如说写一个信函给人家，在西方一般是开门见山。我们写的函，对方往往不知道究竟要干什么，以为有可能就是问问好。其实是为了建立联系。
 (Zum Beispiel, wenn man einen Brief schreibt, im Westen kommt man in der Regel ohne Umschweife direkt zur Sache. Bei unserem Schreiben weiß die andere Seite oft nicht, was [wir] eigentlich möchten, [sie] glaubt, vielleicht möchten [wir] sie nur grüßen. In der Tat wollen wir Kontakte aufbauen.)¹⁵⁰

Die chinesischen Befragten betonten im Interview, das indirekte Kommunikationsverhalten der Chinesen bedeute nicht, daß Chinesen unehrlich sind, sondern daß es eine Kulturprägung ist. Die folgende Aussage ist typisch:

„Wegen der Erziehung der orientalischen Kultur sind die Art und Weise, die Chinesen Probleme zum Ausdruck bringen, anders als die der Westler. Dies muß deutlich erkannt werden.“ (Youyu shou dongfang wenhua de xuntao, zhongguoren biaoda wenti de fangshi yu xifangren bu yiyang. Zhe yidian bixu mingque renshi dao.,
 由于受东方文化的熏陶中国人表达问题的方式与西方人不一样，这一点必须明确认识到。)¹⁵¹

Die Präferenz des direkten Kommunikationsstils der deutschen Sprecher wird auch in einer kontrastiven soziolinguistischen Arbeit von House (1996) von ihren Informanten – amerikanischen Austauschstudenten in Deutschland – festgestellt und von einigen sogenannten „Expertenrichter“ („expert judges“), die sich in beiden Kulturen und Sprachen

¹⁴⁹ Interview in Shanghai am 16.09.97.

¹⁵⁰ Interview in Guangzhou am 10.03.99.

¹⁵¹ Interview in Shanghai am 17.10.97.

auskennen, bestätigt. Es muß hier allerdings darauf hingewiesen werden, daß Direktheit und Indirekt als relative Größe zu betrachten sind, die unter Berücksichtigung des soziokulturellen Umfeldes der Kommunikation zu objektivieren sind.

5.3.2 Explizit versus implizit

Mit dem Unterschied in der Präferenz der Direktheit und Indirektheit eng verbunden ist der Unterschied in der Präferenz von expliziten und impliziten Ausdrucksformen. Wenn jemand sich direkt äußert, drückt er seinen Gedanken normalerweise explizit aus. Nach den chinesischen Befragten tendieren die chinesischen Sprecher Informationen implizit auszudrücken. Hierzu eine Aussage eines Befragten:

*Zhongguo ren shuohua bijiao hanhu, jingchang yong ‚dagai‘ ‚chabuduo‘ ‚jibenshang‘. Bu jiangjiu keguan, zhuiqiu biao mian. 中国人说话比较含糊，经常用‘大概’、‘差不多’、‘基本上’。不讲究客观，追求表面。
Chinesen äußern sich relativ vage. [Sie] benutzen häufig ‚wahrscheinlich‘, ‚ungefähr‘ (wörtlich: es fehlt nicht viel), ‚grundsätzlich‘. [Sie] legen kein großes Gewicht auf Objektivität, [sondern] streben nach Förmlichkeiten.¹⁵²*

Zwei Befragte erklärten, Chinesen bevorzugen die impliziten Ausdrucksformen (*hanxu* 含蓄), weil sie in der chinesischen Kultur in der Regel als Zeichen der Zurückhaltung oder Bescheidenheit verstanden und entsprechend honoriert werden. Dagegen gilt eine direkte und explizite Ausdrucksform oft als unhöflich. Meine deutsche Freundin, eine Sinologin, die mit einem Chinesen verheiratet ist, erzählte mir das folgende Mißverständnis zwischen ihr und ihrem Mann: Wenn sie beim Essen oder Trinken ihren chinesischen Mann fragte: „Möchtest du noch etwas?“, antwortete er immer: „Noch ein bißchen (*yi diandian* 一点点 wörtlich: ein klein wenig).“ Da richtete sie sich oft exakt nach dem Wortlaut und gab ihm nur ein bißchen oder nur ein halbes Glas Wein. Dann protestierte er oft und erklärte: „Ich meine aber nicht wirklich ein bißchen.“ In der Tat sollte sie ihm soviel geben, bis er das Wort „Genug“ mehrmals wiederholte.

Die festgestellte Tendenz der Präferenz ist auch bei der Textsyntax der beiden Sprachen zu beobachten. Während in der deutschen Sprache das Subjekt außer im Imperativsatz normalerweise nicht weggelassen wird, wird das Subjekt im Chinesischen tendenziell weggelassen, so daß der Hörer selbst aus dem Kontext herausfinden muß, worauf sich das

Prädikat bezieht. Konjunktionen, Relativpronomen und -partikeln, die die logische Verbindung zwischen den Sätzen oder Nebensätzen markieren, werden auch sehr häufig ausgelassen.¹⁵³ Vergleicht man die chinesische Version der oben zitierten Aussage mit der deutschen, kann man feststellen, das Subjekt kommt in der chinesischen Version nur einmal vor und die Konjunktion *sondern*, die in der deutschen Version notwendig ist, um den Gegensatz auszudrücken, wird im chinesischen auch gespart:

Chinesisch:

Zhongguo ren shuohua bijiao hanhu, jingchang yong ,dagai' ,chabuduo' ,jibenshang'. *Bu jiangjiu keguan, zhuiqiu biaomian.* 中国人说话比较含糊，经常用‘大概’、‘差不多’、‘基本上’。不讲究客观，追求表面。

Deutsch:

Chinesen äußern sich relativ vage. [Sie] benutzen häufig ,wahrscheinlich' ,ungefähr' ,grundsätzlich'. *[Sie] legen kein großes Gewicht auf Objektivität, [sondern] streben nach Förmlichkeiten.*

Die Vergleichsdimension „explizit versus implizit“ entspricht auch der Dichotomie „*low-context versus high-context* Kulturen“ (Hall 1984). In den sogenannten *low-context*-Kulturen hat Expliztheit der verbalen Ausdrücke eine wichtigere Bedeutung als in den sogenannten *high-context*-Kulturen. In einer *high-context*-Kultur wie der chinesischen achtet man konventionell weniger darauf, was gesagt wird, sondern mehr darauf, was gemeint wird. In Anlehnung an eine Formulierung eines englisch-deutsch-bilingualen Experten über den Unterschied zwischen Deutschen und Amerikanern in der Präferenz der Direktheit und Indirektheit „*Americans suggest what they want. Germans say what they want*“ (House 1996:356) generalisiere ich nun den Unterschied zwischen Deutschen und Chinesen in der Präferenz von Expliztheit und Impliztheit damit: Deutsche sagen, was sie meinen; Chinesen deuten an, was sie meinen.¹⁵⁴

5.3.3 Sach- und Inhaltsorientierung versus Personen- und Beziehungsorientierung¹⁵⁵

Einen anderen großen Unterschied zwischen Deutschen und Chinesen in Bezug auf

¹⁵² Interview in Guangzhou am 10.03.99.

¹⁵³ Zum Vergleich zwischen der deutschen und der chinesischen Textsyntax siehe: Kong (1993).

¹⁵⁴ In House (1996) stimmten die deutsche „Expertenrichter“ (expert judges) zwar auch die festgestellte Tendenz der Präferenz der Direktheit der Deutschen zu, sie verwiesen jedoch darauf hin, daß sie die Ehrlichkeit der Deutschen schätzten. Hierzu eine deutsche Aussage: „Ich finde es viel besser doch direkt und aufrichtig zu sein ... zu sagen was man auch meint, nicht dieses Höflich-Freundliche...“. S. 357.

¹⁵⁵ Die beiden Begriffspaare „Sache - Inhalt“ und „Person - Beziehung“ werden hier jeweils als ein Parameter zusammengefaßt, weil die Begriffe „Sache“ und „Inhalt“ sowie „Person“ und „Beziehung“ sich eng miteinander verbunden sind und in den Aussagen der Befragten oft zusammen auftauchen.

Kommunikationsverhalten und Kommunikationskonventionen sahen chinesische Befragte darin, daß Deutsche mehr sach- und inhaltsorientiert seien und Chinesen mehr personen- und beziehungsorientiert seien. Diskussionen, Debatten und auch Streite über Sache und Inhalt werden von Deutschen als weniger problematisch empfunden als von Chinesen. Ein Angriff auf eine bestimmte Meinung, auch wenn es um eine sachliche oder inhaltliche Diskussionen handelt, werde in China oft als persönlicher Angriff verstanden. Mit dem Wort eines chinesischen Befragten hieß es: „Meinungsverschiedenheiten werden in China oft auf die Ebene der Gefühle erhoben“. (*Guannian de butong zai zhongguo changchang bei shangsheng dao ganqing de wenti*. 观念的不同在中国常常被上升到感情上的问题。¹⁵⁶

Hierzu noch eine Aussage einer anderen Befragten:

Zhongguo ren meiyou deguoren offen. buhui zhijie zhichu quedian, gongkai piping. Zhongguo ren jiangjiu xietiao, huanjing de xietiao, bu feichang jianchi ziji de guandian. Henshao wei yige wenti zhengde mianhong erce, tancheng de jiaohuan yijian. Bu xihuan zhenglun, ru yuni zhenglun, jiushi gen ni you maodun le. 中国人没有德国人offen。¹⁵⁷不会直接指出缺点、公开批评。中国人讲究谐调，环境的谐调，不非常坚持自己的观点，很少为一个问题争得面红耳赤，坦诚地交换意见。不喜欢争论，如与你争论，就是跟你有矛盾了。

*Chinesen sind nicht so offen wie Deutsche. [Sie] würden jemandes Fehler nicht festnageln [oder] offen kritisieren. Chinesen legen großes Gewicht auf Harmonie, die Harmonie mit der Umgebung. [Sie] würden nicht so hartnäckig auf der eigenen Meinung bestehen, selten streiten [sie] über ein Problem, bis einer einen roten Kopf bekommt [oder] offenherzig [ihre] Meinungen [miteinander] austauschen. [Sie] mögen nicht debattieren, wenn [jemand] mit dir debattiert, dann hat er etwas gegen dich.*¹⁵⁸

Da Dissens auf der Sach- und Inhaltsebene in China oft mit dem Konflikt auf der persönlichen Ebene gleichgesetzt wird, wird er in öffentlichen Diskussionen oder Argumentationen weitgehend vermieden. Ein Befragter sagte folgendes im Interview:

Wo juegui buhui he renhe yige ren zai gonggong changhe jixing zhenglun. Zhe shi xianghu zunzhong de wenti. Wo dangran ye xiwang, ruguo wo you shenme buzuo de hua, biren he wo sixia jiaoliu.

¹⁵⁶ Interview in Wuhan (Provinz Hubei) am 05.04.99.

¹⁵⁷ Die Befragte benutzte hier das deutsche Wort „offen“ in ihrer chinesischen Ausführung. Es ist meines Erachtens wahrscheinlich, daß das „code-switching“ bewußt eingesetzt wird, weil das chinesische Wort für „offen“ *tanshuai* 坦率 nicht mit dem deutschen Begriff bedeutungsidentisch ist. Der Begriff *tanshuai* betont mehr die Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit der Person als die Art und Weise des Sprechens. Die Befragte meinte hier aber sicherlich nicht, daß Chinesen weniger ehrlich oder weniger aufrichtig als Deutsche sind. Wie vorhin bereits erwähnt wurde, indirekte oder implizite Ausdrucksweisen nicht mit unehrlich bzw. unaufrichtig gleichzusetzen sind.

¹⁵⁸ Interview in Shanghai am 12.09.97.

我绝对不会和任何一个人在公共场合进行争论，这是相互尊重的问题。当然我也希望如果我有什么不足的话，别人和我私下交流。(Ich werde nie mit irgend jemandem in der Öffentlichkeit [über etwas] streiten, das ist eine Frage des gegenseitigen Respektes. Selbstverständlich hoffe ich auch, wenn ich irgendwelche Unzulänglichkeit habe, würde man sich mit mir privat austauschen.)¹⁵⁹

Zwei weibliche Befragte glaubten, daß sie in der Kommunikation mit anderen oft ihr eigenes Gefühl oder ihre eigene Meinung unterdrückten, um die Harmonie der Beziehungen zu bewahren. Sie betonten, in dieser Hinsicht sind Chinesen sehr ähnlich wie Japaner. Deutsche sollten aber nicht glauben, daß Chinesen keine Meinung hätten, kritiklos oder urteilsunfähig seien. In der Tat wird das Nichtäußern einer Meinung bzw. keine Zustimmung von chinesischen Kommunikationspartnern automatisch als Nichtübereinstimmung verstanden und gleichzeitig auch als freundliches Bemühen um Harmonie anerkannt.

Kontrastive Untersuchungen über Kommunikationsverhaltensunterschiede zwischen Deutschen und Finnen (Titittla 1995) oder Amerikanern (Kotthoff 1989 und Byrnes 1986) weisen ähnliche Unterschiede wie zwischen Deutschen und Chinesen auf. Der deutsche Fokus auf Inhalt und Wahrheitswert steht im Kontrast zu dem amerikanischen und finnischen Fokus auf freundliche Formen und Beziehungsarbeit. Gerade in argumentativen Gesprächen werden Dissens und kontroverse Argumentation von Deutschen direkter als von Amerikanern oder Finnen ausgetragen.

Ich erinnere mich noch daran, wie überrascht und beeindruckt ich damals war, als ich zum ersten Mal an einer Fachkonferenz in Deutschland teilnahm und die Fragen und heftigen Diskussionen nach den einzelnen Referaten erlebte. Denn es ist in China fast unmöglich, daß unter Kollegen Meinungsverschiedenheiten ohne jegliche Höflichkeitsbezeugungen im gleichen Offenheitsgrad wie in Deutschland ausgetragen werden können, ohne daß sich dabei die betroffene Person persönlich angegriffen fühlt und die Beziehungen beeinträchtigt würden. Es schien mir, daß eine Trennung zwischen Sache/Inhalt und Person/Beziehung in solchen Situationen von Deutschen als selbstverständlich hingenommen werden müßte.

Yong Liang konstatiert in seiner kontrastiven Untersuchung über Kommunikationsverhalten der Deutschen und der Chinesen, daß bei wissenschaftlichen Diskussionen oder Debatten in

Deutschland Meinungsverschiedenheit bzw. -vielfalt stets – manchmal auch künstlich – betont wird (Liang 1992:74). Da Chinesen die Priorität auf zwischenmenschliche Beziehungen setzen, vermeiden sie in der Regel, die Diskrepanz der Meinungen in der Öffentlichkeit auszutragen; und wenn es notwendig ist, wird sie nur sehr behutsam und zurückhaltend ausgedrückt. Es kommt selten vor, daß einer in öffentlichen Diskussionen die eigene Meinung energisch vorträgt, um zu beweisen, daß der andere Unrecht hat. Besonders im Umgang mit Kollegen gilt ein solches Verhalten als unhöflich (vgl. Liang 1991 und 1992).

Eine chinesische Freundin von mir, die als Lektorin an einer deutschen Universität unterrichtet, verglich deutsche Studenten mit chinesischen Studenten und stellte fest, wenn deutsche Studenten etwas nicht verstehen, fragen sie sofort im Unterricht, während chinesische Studenten in der Regel erst nach dem Unterricht den Lehrer fragen würden, weil sie mehr Rücksicht auf das Gesicht des Lehrers nähmen. Denn falls der Lehrer nicht sofort auf die gestellte Frage antworten könnte, würde das Gesicht des Lehrers bedroht. Deswegen bevorzugen chinesische Studenten, den Lehrer unter vier Augen zu fragen.

Der Unterschied in der Tendenz der Sach- und Inhaltsorientierung der Deutschen und der Person- und Beziehungsorientierung der Chinesen ist auch bei wissenschaftlichen Rezensionstexten festzustellen. Die kontrastive Untersuchung von Liang (1991) über deutsche und chinesische Rezensionen im wissenschaftlichen Bereich zeigt, in den deutschen Rezensionen steht die kritische Auseinandersetzung mit dem Inhalt zumeist im Vordergrund, während in den chinesischen Rezensionen in der Regel die Würdigung der Objektpublikation und der Leistung des rezensierten Autors dominiert. Kritische Anmerkungen kommen fast nur am Ende der Rezensionstexte vor. Jede kritische Auseinandersetzung bzw. negative Wertäußerung wird anschließend fast ausnahmslos im positiven Sinne wieder relativiert.

Die Tendenz der Sach- und Inhaltsorientierung der Deutschen und der Personen- und Beziehungsorientierung der Chinesen spiegelt sich nach chinesischen Befragten auch darin wider, daß informelle Kommunikation, die der Pflege der persönlichen Beziehungen zwischen den Geschäftspartnern dient, in China eine viel größere Bedeutung hat als in

¹⁵⁹ Interview in Shanghai am 18.09.97.

Deutschland. Zwei Befragte erwähnten als Beispiel das übliche Phänomen in China: Bevor ein Gespräch begonnen wird, wird dem Gesprächspartner eine Zigarette angeboten. Die Zeit des Zigarettenrauchens dient dazu, die Atmosphäre ein bißchen aufzulockern. Erst danach kommt man allmählich zur Sache. Drei Befragte erklärten, es sei chinesische Sitte, erst Freunde zu werden, dann Geschäfte miteinander zu machen („*xian zuo pengyou, hou zuo shengyi* 先做朋友, 后做生意“). Für Deutsche gelte es aber „Geschäft ist Geschäft“. Private Beziehungen und Geschäfte werden in der Regel strengst voneinander getrennt. Die chinesischen Befragten betonten, deutsche Expatriates, die in China Erfolg haben möchten, sollten die Aspekte der „menschlichen Gefühle“ (*renqing* 人情) berücksichtigen und die Bedeutung der informellen Kommunikation nicht geringerschätzen oder vernachlässigen.¹⁶⁰

5.3.4 Unterschiede in der Präsentation und Organisation der Informationen

Einen weiteren Unterschied zwischen den deutschen und chinesischen Kommunikationskonventionen sahen die chinesischen Befragten in der Präsentation und Organisation der Informationen. Chinesische Sprecher präferieren, wichtige Informationen und die Hauptthese nicht gleich am Anfang sondern später oder erst am Ende der Ausführung zu präsentieren. „*Was am Ende angesprochen wird, ist oft das Wichtigste*“ (*Zuihou shuo de wangwang shi zui zhongyao de* 最后说的往往是最重要的.“¹⁶¹ Deutsche tendieren jedoch eher dazu, schnell zur Sache zu kommen. Die befragten Chinesen sahen dies als einen Kulturunterschied.

Bei meinen ethnographischen Beobachtungen stellte ich fest: Wenn ein Chinese mich anrief, konnte ich fast immer nur ganz spät, wenn nicht sogar erst am Ende des Gesprächs, das eigentliche Anliegen des Anrufs, sei es wegen einer Hilfesuche oder einer Einladung, erfahren. Es gehört nämlich zur chinesischen Höflichkeitsetikette, zunächst nach dem Wohlbefinden, dem Leben und Arbeiten des Partners und seinen Familienmitgliedern zu erkundigen. Wenn einer ohne zuerst die Herzensfürsorge (*guanxin* 关心) und Anteilnahme am Gegenüber auszudrücken, rasch zu seinem eigenen Anliegen kommt, wird dies als unkultiviert oder sogar egoistisch empfunden. Da Person und Beziehungen immer wichtiger

¹⁶⁰ Für das Wort *renqing* gibt es ebenso wie für *guanxi* keine wirkliche deutsche Entsprechung. Es kann je nach dem Kontext als menschliche Gefühle, Gesicht, Gunst, Geschenk, Verpflichtung oder Wohlwollen verstanden werden und schließt immer eine emotionale Bindung ein. Vgl. Kap. 4.6.3.

als die Sache selbst sind, sollte man zunächst die menschlichen und dann die sachlichen Aspekte ansprechen. Deutsche Anrufer kommen aber normalerweise relativ schnell zur eigentlichen Angelegenheit. Es passiert zwar auch, daß man zunächst nach dem Wohlbefinden des Partners fragt, aber in der Regel wird erst über das eigentliche Anliegen gesprochen, und danach unterhält man sich miteinander über andere Dinge, z.B. das Studium, die Arbeit oder die Gesundheit etc.

In unterschiedlichen Kulturen werden also unterschiedliche Kommunikationsstrategien verwendet bzw. bevorzugt. Und dies kann zu Kommunikationsstörungen führen. Meine deutsche Freundin, die ich danach fragte, wie sie über die oben dargestellten unterschiedlichen Kommunikationsstrategien der Deutschen und der Chinesen dachte, antwortete:

„Die chinesische Strategie, bei der man zunächst nach dem Befinden des anderen fragt und Anteilnahme und Interesse an dem Wohlergehen des Gegenübers zeigt und danach einen Wunsch oder eine Bitte äußert, könnte von einem Deutschen sehr wahrscheinlich als eine Ausnutzungsstrategie interpretiert werden.“

Chinesische Befragte erwähnten auch den folgenden Unterschied in der Präsentation und Organisation der Informationen zwischen Deutschen und Chinesen. In Betriebssitzungen und bei Mitarbeiterbesprechungen tendieren chinesische Sprecher dazu, von der Makroebene auszugehen und zunächst über die allgemeinen Situationen und Bedingungen zu sprechen und erst danach zur Mikroebene zu kommen und über die konkreten Dinge zu sprechen. Deutsche aber sprechen in der Regel zunächst über konkrete Probleme im Betrieb an. Sie bleiben entweder bei den konkreten Sachen oder machen erst abschließend einige allgemeine Ausführungen, die auf den besprochen konkreten Problemen basieren. Die unterschiedlichen Gepflogenheiten der Deutschen und Chinesen in Betriebssitzungen wurden wie folgend beschrieben:

Deguo ren kaihui yiban ti yixie bijiao juti de wenti, er zhongfang wangwang xiguan yu jiang yixie da de xingshi, jiang heduo tiwai hua. Zhe dao ye bu yiding zhongguo ren guyi rao quanzi, ershi yizhong xiguan siwei.

德国人开会一般提一些具体的问题，而中方往往习惯于讲一些大的形势，讲很多题外话。这倒也不一定中国人故意绕圈子，而是一种习惯思维。

(In den Sitzungen sprechen Deutsche in der Regel über einige relativ konkrete Probleme, aber die chinesische Seite ist oft daran gewöhnt, über die allgemeinen

¹⁶¹ Interview in Guangzhou am 10.03.99.

Situationen zu sprechen. Es werden viele Sachen, die nicht zum eigentlichen Thema gehören, angesprochen. Es ist aber nicht so, daß die Chinesen absichtlich Umschweife machen wollen, sondern das ist ihre gewohnte Denkweise.)¹⁶²

Zhongguoren he deguoren siwei fangshi bu yiyang. Zhongguoren xihuan xianshuo zongde, zaishuo juti de, deguoren xianshuo juti de, zai zongjie huo jiushi lunshi.

中国人和德国人思维方式不一样。中国人喜欢先说总的，再说具体的，德国人先说具体的，然后再总结或就是论事。

(Die Denkweisen der Deutschen und Chinesen sind unterschiedlich. Chinesen mögen zunächst über das Allgemeine sprechen und dann über die konkreten [Sachen], Deutsche sprechen zuerst über die konkreten [Sachen], dann fassen [sie] zusammen oder beschränken sie sich auf die konkreten Sachen selbst.)¹⁶³

Bei den obigen Aussagen handelt es sich lediglich um Beobachtungen und Eindrücke der chinesischen Befragten. Weitere Untersuchungen am authentischen Material wie Aufnahmen von Betriebssitzungen und Mitarbeiterbesprechungen sind wünschenswert. Solche authentische Materialien sind jedoch schwer zugänglich, weil es sich oft um Betriebsgeheimnisse handelt.

Parallelen zu der festgestellten Tendenz der Präferenz der Chinesen beim Sprechen, zunächst die Information auf der Makroebene (bzw. das Allgemeine) dann die auf der Mikroebene (bzw. das Konkrete) anzuführen, und der umgekehrten Tendenz der Deutschen kann man bei zahlreichen sprachlichen Ausdrucksformen in den beiden Sprachen finden. Bei der Angabe von Namen, Datum, Adresse und Zugehörigkeit geht man im Chinesischen immer von der Makroebene (bzw. größeren Einheit) zur Mikroebene (kleineren Einheit), während es im Deutschen umgekehrt ist.

Vgl.: Name im Chinesischen: Familienname + persönlicher Name
Name im Deutschen: Persönlicher Name (Vorname)+ Familienname

Datumsangabe im Chinesischen: Jahr + Monat + Tag

Z.B. 2001 年(Jahr)10月(Monat) 30日 (Tag)
2001 nian 10 yue 30 ri
(wörtlich: 2001. Jahr 10. Monat 30. Tag)

Datumsangabe im Deutschen: Tag + Monat + Jahr

Z.B. 30. Oktober 2001

¹⁶² Interview in Zhongshan (Provinz Guangdong) am 15.03.99.

Adressenangabe im Chinesischen:

Staat + Stadt + (Bezirk) + Straße + Nr. + Name des Empfängers

Z.B. 中国 上海 (Zhongguo Shanghai)
 徐汇区裕德路10号 (Xuhuiqu Yude lu 10 hao)
 张钢 先生 (Zhang Gang xiansheng)

Wörtlich: *China Shanghai*
Xuhui Bezirk Yude Straße 10. Nummer
Herr Gang Zhang

Adressenangabe im Deutschen:

Name des Empfängers + Straße + Nr. + Stadt + Staat

Z.B. *Herr Markus Mustermann*
Zürnstraße 15
Würzburg
Deutschland

Angabe der Zugehörigkeit im Chinesischen:

Makroebene → Mikroebene

Größere Einheit → Kleinere Einheit

Z.B. 上海同济大学德语系的学生
Shanghai Tongji daxue deyuxi de xuesheng

Wörtlich: Shanghai Tongji Universität Deutsche Fakultät (Partikel) Studenten

Angabe der Zugehörigkeit im Deutschen:

Mikroebene → Makroebene

Kleinere Einheit → Größere Einheit

Z.B. *Studenten der Deutschen Fakultät der Universität Tongji in Shanghai*

Die Art und Weise der Präsentation und Organisation der Informationen hat sicherlich mit der Denkweise zu tun. Während Namen-, Datums-, und Adressenangabe etc. in jeder Kultur sprachlich konventionalisiert sind, sind Unterschiede in den Kommunikationsstrategien nicht statisch. Es gibt also kaum Kommunikationsstrategien, die nur von Chinesen benutzt werden und den Deutschen völlig fremd sind. Es handelt sich hier um Unterschiede in der Präferenz der einzelnen Kommunikationsstrategien.

¹⁶³ Interview in Shanghai am 21.09.97.

5.3.5 Schriftliche Kommunikation versus mündliche bzw. persönliche Kommunikation

In den Interviews mit Chinesen wurden auch Unterschiede in der Präferenz der mündlichen oder schriftlichen Kommunikation in bestimmten Situationen erwähnt. Nach der Auffassung der chinesischen Befragten bevorzugen Chinesen für die innerbetriebliche Kommunikation (z.B. die Kommunikation zwischen den einzelnen Abteilungen) die mündliche Kommunikation, weil sie schneller und effektiver sei, während Deutsche präferieren, alles schriftlich niederzulegen. Dadurch würde aber oft Zeit verloren. Es habe allerdings den Vorteil, falls später ein Fehler auftaucht, könnte man die zuständige Person schneller finden. Dieser Unterschied wurde von einem Befragten in einem deutschen-chinesischen Joint-Venture folgendermaßen beschrieben:

Yangyang dongxi yao luozi, yao heizi/ baizhi heizi xie xialei. Buxiang zhongguo ren wang wang dage zhaohu „Wei, Zhang San, Li Si, ni qu bang wo zuo jian shi.“ Ni shuo mei wenti. Women wang wang zhe'er yao zuo shenme shi, pa, yige Memo fa guoqu, ranhou shangji bumen pi yi pi, zai liuzhuan dao zhege bumen, zhege bumen jingli kankan mei wenti, zai luoshi dao juti ren. Zheyang yige quanzi dou xialai, yitian jiu dou diao le. Zhe ge ne, cong zhedian kanlai, guoying danwei xiaoliu keneng hai bi hezi danwei xiangliu gao yixie. Danshi tade zhezong guanli ye you tade haochu. Tade zhezong guanli keyi fangzhi cuowu fasheng. Wanyi nage fuze de ren mei zuohao, mashang keyi zhaodao zeren ren toudang. Hen qingchu de. Baizhi heizi luoxialai, ni buhui wangji de.

样样东西要落字，要黑字/白纸黑字写下来。不像中国人，往往打个招呼：“喂，张三、李四，你去帮我做件事。”你说：“没问题。”我们往往这儿要做什么事，咱一个Memo发过去，然后上级部门批一批，再流转到这个部门。这个部门经理看看没问题，再落实到具体人。这样一个圈子兜下来，一天就兜掉了。这个呢，从这点看来国营单位效率可能还比合资单位效率高一些。但是他的这种管理可以防止错误发生。万一哪个负责的人没做好，马上可以找到责任人头上。很清楚的，白纸黑字落下来，你不会忘记掉。

(Alles muß aufgeschrieben werden, schwarze Schriften / schwarz auf weiß. Nicht wie bei Chinesen, man macht oft eine mündliche Mitteilung: „Hallo, Zhang San [oder] Li Si, [bitte] erledigt du diese Sache für mich.“ [Und] du sagst: „Kein Problem“. Bei uns hier, wenn irgend etwas getan werden muß, sendet [man] ein Memo, dann wird es von der höheren Instanz genehmigt, [und] es wird wieder zu dieser Abteilung weitergeleitet. Der Manager dieser Abteilung schaut es an, wenn es kein Problem gibt, wird der konkreten Person [die Aufgabe] mitgeteilt. Nach solch einem Kreis ist ein Tag vergangen. Von diesem Punkt betrachtet, haben die Staatsbetriebe wahrscheinlich sogar eine höhere Effektivität als die Joint-Ventures. Aber diese Art von Management kann Fehlern vorbeugen. Falls irgend jemand, der [für die Sache] zuständig ist, [sie] nicht gut gemacht hat, kann [man]

*sofort die zuständige Person finden. Es ist klar, [alles] wird schwarz auf weiß aufgeschrieben, du wirst nicht vergessen.*¹⁶⁴

Es ist sicherlich diskutabel, ob mündliche Kommunikation tatsächlich immer schneller oder effektiver als schriftliche Kommunikation sei. Der Grund, daß Deutsche es bevorzugen, alles „schwarz auf weiß“ zu haben, ist aber vorstellbar: Weil die schriftlichen Abmachungen verbindlicher sind als die mündlichen. Nach meinen eigenen ethnographischen Beobachtungen werden schriftliche Abmachungen zwischen Personen oder Geschäftspartnern, die einander kennen, in China grundsätzlich als überflüssig angesehen. Während Schriftlichkeit bei Anweisungen zwischen Vorgesetzten und Untergebenen in Deutschland erwartet wird, wird sie in China eher als Zeichen des mangelnden Vertrauens verstanden.

Die festgestellte Tendenz der Präferenzen wurde auch in der Kommunikation für die Anbahnung der Geschäftsbeziehungen beobachtet. Bevor Deutsche zu Verhandlungen mit chinesischen Geschäftspartnern kommen, bevorzugten sie, vorher möglichst viel durch schriftliche Kommunikation Informationen und Meinungen mit dem Geschäftspartner auszutauschen, die chinesische Seite aber sagte oft zu ihrem ausländischen Partner: „Kommen Sie erst, und dann sprechen wir miteinander“. (*xian lai, lai le zai shuo* „先来，来了再说。“) ¹⁶⁵

Die Bevorzugung der persönlichen Kommunikation der Chinesen hat m.E. mit der oben erwähnten Tendenz der Personen- und Beziehungsorientierung der Chinesen zu tun. Denn schriftliche Kommunikation zwischen Geschäftspartnern beschränkt sich in der Regel nur auf die Sachthemen. Nur durch persönliche Gespräche kann man herausfinden, ob man sich mit dem Geschäftspartner menschlich auch gut verstehen kann, was aus chinesischer Sicht ja eine Voraussetzung für eine langfristige Kooperation bildet. Das bedeutet aber nicht, daß gute interpersonale Beziehungen für deutsche Geschäftsleute völlig unwichtig sind, sondern sie ergeben sich aus deutscher Sicht aber erst aus den guten geschäftlichen Kooperationen.

In einer Untersuchung von Tiittula über deutsch-finnische Kulturunterschiede in der Wirtschaftskommunikation berichteten die befragten deutschen und finnischen

¹⁶⁴ Interview in Shanghai am 17.10.97.

¹⁶⁵ Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 10.0.99 und in Wuhan (Provinz Hubei) am 06.04.99.

Geschäftsleute über ähnliche Unterschiede zwischen Deutschen und Finnen wie zwischen Deutschen und Chinesen. Während in Deutschland generell „eigentlich nur das geschriebene Wort gilt“, werden viele Dinge in Finnland und auch in Skandinavien noch „mit Handschlag gemacht“ (1995:251).

5.4 Fazit

In diesem Kapitel habe ich die chinesischen Erfahrungen in der Kommunikation mit deutschen Expatriates dargestellt. Nach Angaben der Befragten konnten sie Deutsche auf Grund ihrer Direktheit, Offenheit und Sachlichkeit relativ gut verstehen. Die Probleme für die Kommunikation mit Deutschen sahen chinesische Befragte vor allem darin, daß sie oft von ihren deutschen Kommunikationspartnern nicht verstanden oder mißverstanden wurden. Der Hauptgrund dafür lag nach Auffassung der chinesischen Befragten an den Unterschieden im Kommunikationsverhalten zwischen Deutschen und Chinesen und an den unterschiedlichen Kommunikationskonventionen. Die von den chinesischen Befragten erwähnten Unterschiede habe ich unter fünf verschiedenen Aspekten zusammengefaßt. Damit erhebe ich keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Diese fünf Aspekte liefern uns jedoch einige konkrete Ansätze für künftige deutsch-chinesische kontrastive soziolinguistische Untersuchungen.

Die Aussagen der befragten chinesischen Geschäftsleute sind zum Teil stereotyp und von eigenen Erfahrungen geprägt. Sie bieten uns aber einen Einblick in die Problembereiche in der deutsch-chinesischen Wirtschaftskommunikation. Da es sich bei Erfahrungen immer um subjektive Auffassungen geht, kann man nicht nach Wahrheit oder Richtigkeit fragen. Neben der Darstellung der Aussagen habe ich in diesem Kapitel deswegen versucht, aus der linguistischen Perspektive Gründe für die erwähnten Kommunikationsprobleme und stereotypen Zuschreibungen zu finden. Die Analyse zeigt, die Kommunikationsprobleme der befragten Chinesen, daß sie von ihren deutschen Kommunikationspartnern oft nicht verstanden oder mißverstanden wurden, sind teils durch ihren Mangel an fremdsprachlicher Kompetenz, teils aber durch ihren Mangel an interkultureller kommunikativer Kompetenz entstanden. Das bedeutet konkret, daß sie sich manchmal wegen mangelnder Fremdsprachenkenntnisse nicht (richtig) äußern oder nicht in einer der interkulturellen Kommunikationssituation adäquaten Art und Weise ihre Meinung ausdrücken konnten, so

daß ihre ausländischen Kommunikationspartner ohne Vorkenntnisse über die chinesischen Kommunikations-konventionen sie nicht verstehen konnten.

Aussagen von den Befragten, die zwar auf Deutsch bzw. Englisch mit Deutschen direkt kommunizieren konnten, aber trotzdem über Verständigungsprobleme und Mißverständnisse berichteten, bestätigten, daß Fremdsprachenkenntnisse nicht mit der interkulturellen kommunikativen Kompetenz gleichzusetzen sind. Die Gefahr der Mißverständnisse und Stereotypisierungen zwischen interkulturellen Kommunikationspartnern, die miteinander direkt kommunizieren können, kann in der Tat größer sein als zwischen Kommunikationspartnern, die durch einen guten Dolmetscher miteinander kommunizieren. Diese Erkenntnis ist wichtig für die Vorbereitung künftiger deutscher Expatriates, die im letzten Kapitel dieser Arbeit ausführlich behandelt wird. Im nächsten Kapitel werden zuerst die deutschen und die chinesischen Erfahrungen einander gegenübergestellt.

6 Gegenüberstellung der deutschen und der chinesischen Erfahrungen

In diesem Kapitel werden die Erfahrungen der befragten Deutschen und Chinesen je nach Themenbereich miteinander verglichen. Hier sollten auch Aspekte, die in den letzten Kapiteln nicht thematisiert, aber in den Interviewgesprächen angesprochen wurden, behandelt werden.

6.1 Bewertung der Sprachkenntnisse und der interkulturellen Vorbereitung

Da nur ein geringer Anteil der befragten deutschen Expatriates die chinesische Sprache beherrschte (60% der befragten Expatriates verfügten nicht über chinesische Sprachkenntnisse, 24% nur über Grundkenntnisse und lediglich 16% der Befragten konnten Chinesisch sprechen), wurde die Sprachbarriere als das markanteste Kommunikationsproblem von den in China arbeitenden deutschen Befragten genannt. Dementsprechend schätzten 76% der danach befragten deutschen Expatriates in China die Sprachkenntnisse als hilfreich (65%) bzw. notwendig (11%) ein, nur 24% glaubten, chinesische Sprachkenntnisse seien unnötig für ihren Einsatz in China.

Von den 41 befragten Chinesen konnten 21 (51%) direkt auf Deutsch oder Englisch mit deutschen Expatriates kommunizieren, andere 30% der Befragten verfügten über Grundkenntnisse von Deutsch bzw. Englisch,¹⁶⁶ deshalb sah die große Mehrheit der chinesischen Befragten das sprachliche Problem eher bei der deutschen Seite. Obwohl kein Befragter erwartete, daß ein deutscher Expatriate fließendes Chinesisch spricht, wünschten die chinesischen Befragten, daß die nach China entsandten deutschen Expatriates die Sprache ihres Einsatzlandes lernen könnten. Das Beherrschen bzw. das Erlernen der Grundkenntnisse der chinesischen Sprache sei hilfreich für die Kommunikation und die Zusammenarbeit.

¹⁶⁶ Die Statistik über die Fremdsprachenkenntnisse der befragten Chinesen widerspiegeln keinesfalls die Fremdsprachenkenntnisse der chinesischen Mitarbeiter in deutsch-chinesischen Joint-Ventures bzw. der chinesischen Bevölkerung allgemein. Der hohe Prozentsatz der Fremdsprachen-sprechenden unter den chinesischen Befragten lag daran, daß es sich bei ihnen vor allem um Personen handelte, die direkt (d.h. ohne Hilfe von einem Dolmetscher) mit deutschen Expatriates zusammenarbeiteten.

Sowohl die deutschen als auch die chinesischen Befragten bestätigten, daß sie es begrüßen würden, wenn sie von ihren Arbeitgeberern Gelegenheit für die sprachliche Ausbildung bekommen könnten. Während die Mehrheit der befragten deutschen Expatriates Grundkenntnisse der chinesischen Sprache zu lernen wünschten, hofften die chinesischen Befragten, in der Zukunft Gelegenheit zu haben, ihre Fremdsprachenkenntnisse, insbesondere ihre mündliche Sprachfähigkeit zu verbessern.

Was die interkulturelle Vorbereitung betrifft, lag die Zahl der Befürworter knapp über der Zahl derjenigen, die dies ablehnten. 40% der danach Befragten glaubten, die interkulturelle Vorbereitung sei für die Kommunikation und Zusammenarbeit mit Chinesen unnötig, 45% bewerteten sie als hilfreich, die anderen 15% meinten, sie sei notwendig. Als Gründe für die Ablehnung wurden genannt: Man wolle die eigene Meinung nicht von anderen beeinflussen lassen; man habe gehört, daß das, was in manchen interkulturellen Seminaren erzählt wird, völlig an der Realität vorbeigehe; außerdem sei es sinnlos, ein allgemeines Seminar zu besuchen, weil die Situation in den einzelnen Regionen erheblich von einander abweiche. Mit den Worten eines Befragten: „*Was in Beijing gilt, gilt nicht in Shanghai und was in Shanghai gilt, gilt nicht in Nanjing oder Harbin*“.¹⁶⁷ Allerdings fiel die Bewertung der Befragten, die selbst an interkulturellen Seminaren teilgenommen hatten, positiver aus als die der anderen. Die meisten von ihnen bezeichneten die Seminare als informativ. Sie wiesen jedoch darauf hin, daß manche Inhalte der Seminare überholt waren und daß manches einfach nicht stimme. Offensichtlich waren die interkulturellen Seminare von sehr unterschiedlicher Qualität.

Bei den chinesischen Befragten herrschte dagegen eine weitgehende Übereinstimmung der Meinung über die interkulturellen Vorbereitung. Alle Befragten waren der Ansicht, es sei wichtig für deutsche Expatriates, sich mit der chinesischen Kultur vor ihrem Einsatz in China auseinanderzusetzen. Denn ohne Kenntnisse und Verständnis für die chinesischen Kommunikationskonventionen, Verhaltensweisen u.a. würden Deutsche Schwierigkeiten in ihrer Kommunikation und Zusammenarbeit mit Chinesen haben. Zur eigenen interkulturellen Vorbereitung äußerten sich allerdings nur zwei weibliche Befragte. Beide wiesen darauf hin, daß obwohl sie sich die Kulturunterschiede zwischen Deutschen und Chinesen und die Denkweise der Deutschen besser kennenzulernen wünschten, es für sie

¹⁶⁷ Interview in Shanghai am 16.10.97.

leider keine Gelegenheit gab, weil anders als in Deutschland es in China keine interkulturellen Seminare zu besuchen gäbe. Die anderen chinesischen Befragten äußerten sich nicht zu der eigenen interkulturellen Vorbereitung, sie betonten aber, daß sie sich der Existenz der Kulturunterschiede bewußt waren und die Andersartigkeit der Verhaltensweise der Deutschen akzeptierten. Es sei selbstverständlich, daß deutsche Expatriates in China die chinesischen Sitten, Normen und Konventionen akzeptieren oder wenigstens respektieren sollten. Daß die meisten chinesischen Befragten sich nicht zu ihrer eigenen interkulturellen Vorbereitung äußerten, kann z.T. auch daran liegen, daß nicht explizit danach gefragt wurde; außerdem mag die Beschreibung des Befragungsziels ihnen suggeriert haben, Verbesserungsvorschläge ausschließlich für künftige deutsche Expatriates zu geben. Ob die chinesische Einstellung zur interkulturellen Vorbereitung eine sinozentrische Denkweise der Chinesen widerspiegelt, sei hier dahingestellt.

6.2 Erlebte Kommunikationsprobleme und deren Ursachen

Werden die deutschen und die chinesischen Aussagen über ihre erlebten Kommunikationsprobleme und deren Ursachen einander gegenübergestellt, ist eine weitgehende Übereinstimmung der Nennungen festzustellen. Während die deutsche Seite vor allem das Problem hatte, Chinesen zu verstehen, fühlte die chinesische Seite sich oft nicht verstanden. Die folgenden drei Faktoren wurden von beiden Seiten als die Hauptursachen der Kommunikationsprobleme zwischen Deutschen und Chinesen genannt:

1. Unterschiede im Kommunikationsverhalten, in der Denkweise, in Wissensbeständen und Gepflogenheiten der Deutschen und der Chinesen
2. Mangelnde Fremdsprachenkenntnisse der beiden Seiten
3. Beschränkter Zugang zu Informationen für deutsche Expatriates in China

Trotz der Übereinstimmung der Nennungen der objektiven Ursachen betrachteten die beiden Seiten die Probleme aus verschiedenen Blickwinkeln. Zum Faktor eins betonte die Mehrheit der deutschen Befragten, ihre Kommunikationsprobleme seien ausschließlich auf die ihnen fremden und z.T. unverständlichen chinesischen Verhaltensweisen, die völlig von den „normalen“ deutschen bzw. westlichen Kommunikationskonvention abwichen, zurückzuführen; während die Mehrheit der chinesischen Befragten das fehlende Verständnis für chinesische Gepflogenheiten auf der deutschen Seite bemängelte.

Zum Faktor zwei wies die deutsche Seite vor allem darauf hin, daß es insgesamt noch zu wenige Chinesen gab, die sehr gutes Englisch bzw. Deutsch sprechen, um problemlos mit Ausländern kommunizieren zu können. Dagegen bedauerte die chinesische Seite, daß der große Teil der deutschen Expatriates nicht einmal Grundkenntnisse der Sprache ihres Einsatzlandes beherrschte. Angesichts der Tatsache, daß die Kommunikation zwischen deutschen Expatriates und ihren chinesischen Mitarbeitern sehr stark auf Dolmetscher angewiesen war, war die Qualifikation der Dolmetscher entscheidend für die Qualität der Kommunikation. Nach Angabe der beiden Seiten gab es bisher leider nur wenige sowohl fachlich als auch interkulturell qualifizierte Dolmetscher. In diesem Zusammenhang erwähnten viele befragte Deutsche, daß sie den von der chinesischen Seite gestellten Dolmetschern nicht vertrauten, weil diese im Konfliktfall wegen ihres eigenen Interesses eher der chinesischen als der deutschen Seite loyal bleiben würden.¹⁶⁸

Zum Faktor drei waren sich beide Seiten darüber einig, daß deutsche Expatriates Schwierigkeiten im Zugang zu Informationen hatten, einmal wegen des sprachlichen Mankos und zum anderen wegen der chinesischen „Spielregeln“ wie „*guanxi*“ (关系) und „*renqing*“ (人情) (vgl. Kap. 4.6.3 u. 5.3.3). Sowohl die deutschen als auch die chinesischen Befragten erwähnten die Tatsache, daß deutsche Expatriates, die der chinesischen Sprache unkundig sind, nur über Informationen verfügen, die ihnen übersetzt wurden. Sie konnten nicht überprüfen, ob ihnen alles übersetzt wurde oder etwas ausgelassen oder verheimlicht wurde. Ohne direkte Kommunikation findet auch kein Gedankenaustausch zwischen deutschen Expatriates und ihren nur-Chinesisch-sprechenden Mitarbeitern statt. Beide Seiten betonten, die Sprachkenntnisse seien für deutsche Expatriates weniger aus arbeitstechnischen Gründen notwendig (wie z.B. um klare Arbeitsanweisungen zu erteilen) – dafür steht ihnen in der Regel ein betriebsinterner Dolmetscher zur Verfügung – viel mehr brauchen sie die Sprache, um persönliche Kontakte und Beziehungen aufzubauen, die in der chinesischen Geschäftspraxis als unerläßliche und manchmal sogar als die einzige Informationsquelle dienen. Beide Seiten bestätigten, auch wenn sich eine abnehmende Tendenz abzeichnet, spielen *guanxi* und die *renqing*-Tradition immer noch eine sehr wichtige Rolle in China. Oft muß man sich die nötigen Informationen durch informelle Kommunikation beschaffen. Dafür brauche man aber nicht unbedingt sehr gute chinesische

¹⁶⁸ Näheres zur Bedeutung von Dolmetschern in der deutsch-chinesischen Wirtschaftskommunikation siehe Kap. 2.2.3 u. 4.2.2.

Kenntnisse, sondern es reiche auch, die Sprache nur in Grundzügen zu beherrschen. Jede Bemühung um das Erlernen der chinesischen Sprache werde von Chinesen mit großer Sympathie, meist sogar mit Bewunderung und Begeisterung anerkannt. Ein paar freundliche und höfliche Worte auf Chinesisch könnten die Akzeptanz der Ausländer bei den Chinesen erhöhen und wirken sich auch immer positiv auf die Beziehungen aus.

6.3 Thematisierte Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Kommunikationsverhalten

Vergleicht man die von den beiden Seiten thematisierten Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Kommunikationsverhalten, die ihnen Kommunikationsprobleme verursachten, findet man keinen Widerspruch. Die von den deutschen Befragten genannte „chinesische Eigenschaft“, daß Chinesen ihre Meinungen oder wahren Gedanken oft nicht offen sagen (vgl. Kap. 4.3), entspricht der chinesischen Aussage, daß sie tendenziell die indirekte und implizite Ausdrucksweise vor der direkten und expliziten präferieren (vgl. Kap. 5.3.1 u. 5.3.2). Auf der anderen Seite bestätigten die chinesischen Befragten in den Interviews, daß Deutsche generell direkter und offener als Chinesen seien (vgl. Kap. 5.1).

Die deutschen Befragten erwähnten noch die folgenden drei weiteren Unterschiede:

- a) In der zwischenmenschlichen Kommunikation und Interaktion legen Chinesen einen größeren Wert auf das gegenseitige „Gesicht“ als Deutsche. Auch im Geschäftsleben, in dem nach deutscher Ansicht die sachliche Auseinandersetzung den Vorrang haben sollte, würden Chinesen der Gesichtswahrung die Priorität gewähren (vgl. Kap. 4.4);
- b) Während Deutsche im Konfliktfall eine Trennung zwischen den sachlichen und den persönlichen Problemen anstreben, sind die meisten Chinesen davon überzeugt, daß ein Konflikt nicht allein auf der sachlichen Ebene, sondern immer gleichzeitig auch auf der zwischenmenschlichen Ebene existiert. Während Deutsche präferieren, die Probleme direkt anzusprechen bzw. die Meinungsverschiedenheit offen auszutragen, vermeiden Chinesen in der Regel die offensive Auseinandersetzung mit den Problemen. Sie suchen den ersten Lösungsansatz für einen Konflikt auf der persönlichen Ebene, indem sie den

Kontrahenten psychisch bearbeiten und das Problem indirekt lösen (vgl. Kap. 4.5);

- c) Gute zwischenmenschliche Beziehungen und die informelle Kommunikation zwischen den Geschäftspartnern haben eine viel größere Bedeutung in China als in Deutschland. Persönliche Kontakte, geselliges Beisammensein und die Pflege der Beziehungen sind notwendig für Geschäftsleute und Unternehmen in China, um sich den Zugang zu benötigten Ressourcen, seien es materielle Güter, Dienstleistungen, Informationen oder Know-how, zu sichern (vgl. Kap. 4.6).

Diese drei Unterschiede wurden auch von den chinesischen Befragten unter dem Aspekt der Sach- und Inhaltsorientierung der Deutschen und der Personen- und Beziehungsorientierung der Chinesen aufgegriffen (vgl. Kap. 5.3.3 u. 5.3.5). Die „deutsche Eigenschaft“ der Sachorientierung wurde von einigen chinesischen Befragten allerdings als „kalt“ oder „Fehlen des menschlichen Gefühls“ (*meiyou renqing wei* 没有人情味) negativ wahrgenommen (vgl. Kap. 5.2).

Sowohl den deutschen als auch den chinesischen Befragten war der Unterschied aufgefallen, daß in einer Betriebssitzung oder Mitarbeiterbesprechung die deutschen Sprecher bevorzugen, ohne Umschweife direkt zum Thema zu kommen, während die chinesischen Sprecher präferieren, allmählich zum Punkt zu kommen. Bezeichneten viele Deutsche die Gepflogenheit, nicht schnell zur Sache zu kommen, als negative Eigenschaft der Chinesen, so argumentierten die chinesischen Befragten, daß es sich um unterschiedliche Strategien für die Präsentation und Organisation der Informationen handelt (vgl. Kap. 4.7 u. Kap. 5.3.4).

Es zeigt sich durch die Gegenüberstellung, daß die deutschen und die chinesischen Befragten dieselben Unterschiede angesprochen hatten, diese jedoch von unterschiedlichen Gesichtspunkten aus beurteilten. Ein Teil der deutschen Befragten betrachtete die chinesischen Kommunikationsverhaltensweisen aus ihrer deutschen Sicht und bewerteten diese als normabweichend. Daß Kommunikationsverhaltensunterschiede auf unterschiedliche kulturspezifische Kommunikationskonventionen und -strategien zurückzuführen sind, war vielen Befragten nicht oder nur eingeschränkt bewußt. Viele chinesische Befragte waren sich der Existenz der Kommunikationsverhaltensunterschiede

zwar bewußt, aber sie machten dennoch die eigenen Sitten und Normen zum Standard ihrer Beurteilungen. Die ethnozentrische Sichtweise führte unvermeidlich zu gegenseitigen negativen Zuschreibungen.

6.4 Ratschläge und Anforderungen an künftige deutsche Expatriates

Werden die deutschen und die chinesischen Ratschläge und Anforderungen an künftige deutsche Expatriates einander gegenübergestellt, ist ebenfalls eine weitgehende Übereinstimmung der Meinungen festzustellen. Die Mehrheit der beiden Seiten empfahl den künftigen Expatriates, Grundkenntnisse der chinesischen Sprache vor ihrem Chinaeinsatz zu lernen. Obwohl in China inzwischen immer mehr Menschen auch Englisch sprechen, darf man nicht erwarten, daß man sich auf der Straße, im Taxi oder im Lande problemlos auf Englisch verständigen kann. Angesichts der großen kulturellen Unterschiede seien auch eine Vorbereitung auf den „Umgang mit Fremden“ notwendig, um interkulturelle Kompetenz zu erwerben.

Sowohl die deutschen als auch die chinesischen Befragten sahen die Fähigkeit zum kulturadäquaten Handeln als wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Man müsse sich anpassen und auf die chinesische Mentalität einstellen. *„Wer Chinesen schnell ändern möchte, der erreicht am Ende nichts“*.¹⁶⁹ Akzeptanz setze aber Verständnis voraus. Deshalb sollten sich deutsche Expatriates *„nicht nur mit den Gewinnen“*, sondern auch mit der chinesischen Kultur und Geschichte beschäftigen.¹⁷⁰ Persönlichkeitsmerkmale wie Offenheit, Sensibilität, Flexibilität und Einfühlungsvermögen wurden von den beiden Seiten als unabdingbar für einen erfolgreichen Auslandseinsatz erachtet. Daß deutsche Expatriates eine hohe Frustrations- und Toleranzschwelle mitbringen müßten und gegenüber China und Chinesen nicht zu negativ eingestellt sein dürften, war unter den deutschen Befragten Konsens. Wenn auch nicht alle Interviewpartner es erkannt hatten, betonten einige im Interview die Fähigkeit zur kulturellen Selbstreflexion. Sie gehöre unabdingbar zur interkulturellen Handlungskompetenz. Die Bereitschaft, die eigene kulturelle Tradition aus veränderter Sicht neu zu bewerten und fremde Kulturen als Denkanstöße oder sogar als mögliche Alternativen zur Überwindung der Schwäche und Grenzen der eigenen Kultur zu

¹⁶⁹ Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 08.03.99.

rezipieren, wurde als essentiell für einen erfolgreichen Einsatz im Ausland angesehen. Gleichzeitig brauche man ein sehr starkes Selbstbewußtsein.

Chinesische Befragte erwarteten von künftigen deutschen Expatriates, daß sie ihren chinesischen Geschäftspartner als gleichberechtigten Partner zu betrachten und chinesische Verhaltensweisen und Angewohnheiten respektieren. *„Ausländer sollten das chinesische Nationalgefühl nicht verletzen.“*¹⁷¹ Auch Kompromißbereitschaft und Pragmatismus seien wichtig für eine erfolgreiche Kooperation mit Chinesen. „Menschliches Gefühl“ (*renqing* 人情) sei oft wichtiger als Prinzipien. Es ist bemerkenswert, daß während der Interviewgespräche mit chinesischen Befragten das Wort „Gefühl“ immer wieder auftauchte. Es wurde darauf hingewiesen, daß die chinesische Gesellschaft eine *renqing*-Gesellschaft sei und der Aspekt der „menschlichen Gefühle“ (*renqing*) immer berücksichtigt werden müsse (vgl. Kap. 4.6.3).

Was die Chinesen Kompromißbereitschaft und Pragmatismus nannten, waren den befragten Deutschen Takt und Vertrauen. Auch ein gewisses Maß an Herzlichkeit sei wünschenswert. *„Man soll es in China nie soweit kommen lassen, daß das Gegenüber sein Gesicht verliert, sondern ihm immer die Möglichkeit lassen, daß er einen Ausweg hat, damit er sein Gesicht wahren kann.“*¹⁷² Man sollte immer vor Augen haben, daß man als Gast im Land ist und sich deshalb nicht so verhalten kann wie zu Hause. Man sollte vor Chinesen nicht wütend und laut werden und sich nicht aus der Ruhe bringen lassen. Wie zuvor schon erwähnt, haben viele deutsche Befragte die wichtige Bedeutung der informellen Kommunikation in China registriert und sie schlugen vor, durch private Einladungen, gemeinsame Ausflüge und Sportaktivitäten in der Freizeit die Beziehungen zu Chinesen aktiv zu gestalten und eine außerbetriebliche Vertrauensebene herzustellen.

Die chinesischen Befragten forderten künftige deutsche Expatriates auf, sich von Vorurteilen und Verallgemeinerung über Chinesen freizumachen und die Gründe für die Fehler einer Person nicht in der Mentalität des gesamten Volkes zu suchen. Sie hofften auch, daß in der Zukunft einen häufigeren Gedankenaustausch zwischen deutschen Expatriates und ihren chinesischen Mitarbeitern geben würden. *„Wenn sie in China*

¹⁷⁰ Interview in Beijing am 12.03.99.

¹⁷¹ Interview in Suzhou (Provinz Jiangsu) am 06.10.97.

*erfolgreich werden möchten, dann müssen sie uns Chinesen Vertrauen schenken.*¹⁷³ Um Vertrauen aufzubauen brauche man aber Zeit. Ein chinesischer Befragter wollte den künftigen deutschen Expatriates die in China sehr häufig verwendete Höflichkeitsfloskel „lassen Sie sich Zeit!“ (*manman lai* 慢慢来) als Motto mit auf den Weg geben.¹⁷⁴

Das Stichwort „Geduld“ wurde auch von den befragten Deutschen immer wieder erwähnt. Man solle bereit sein, eine Sache drei-, vier- oder zehnmal zu erklären, bis sie richtig verstanden wird.¹⁷⁵ Man sollte sich für die Tätigkeit in China Zeit nehmen und auch Geduld mit sich selbst haben. Es werde eine Weile dauern, bis man in den Gesichtern der Chinesen lesen, ihre Körpersprache deuten und Situation einschätzen kann. Es sei ein typischer Fehler von Deutschen, die Aussagen der Chinesen für bare Münze zu nehmen. Die Versprechungen, die offizielle Statistik und andere Verlautbarungen sollten immer *„mit einem kräftigen Körnchen Salz genossen werden“*.¹⁷⁶

Fazit

Die obige Gegenüberstellung verdeutlicht, daß die Ergebnisse unserer parallelen Befragungen überwiegend übereinstimmen, auch wenn die deutschen und die chinesischen Befragten die Kommunikationsprobleme und deren Einflußfaktoren jeweils von ihrem eigenen Standpunkt betrachteten. Die Übereinstimmung der Ergebnisse bekräftigt in gewissem Sinne die Objektivität und Zuverlässigkeit der Aussagen der beiden Seiten; sie bestätigt andererseits die reale Existenz und die Offensichtlichkeit der genannten Probleme. Die weitgehende Übereinkunft der Ansichten über die konkreten Verbesserungsansätze legt eine Grundlage für die Bewältigung der Kommunikationsprobleme.

¹⁷² Interview in Beijing am 16.03.99.

¹⁷³ Interview in Shanghai am 21.09.97.

¹⁷⁴ Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 10.03.99.

¹⁷⁵ Interview in Guangzhou (Provinz Guangdong) am 08.03.99.

¹⁷⁶ Interview in Nanjing (Provinz Jiangsu) am 29.03.99.

7 Exemplarische Untersuchung über das Sprechverhalten von Deutschen und Chinesen bei der Partnerbewertung

In den vorherigen Kapiteln wurden Unterschiede des Kommunikationsverhaltens zwischen Deutschen und Chinesen von den deutschen und den chinesischen Befragten festgestellt. In diesem Kapitel sollten anhand des Datenmaterials das Sprechverhalten und die kommunikativen Gewohnheiten und Strategien der interviewten Deutschen und Chinesen bezüglich der Partnerbewertung in den Interviewgesprächen verglichen werden. Für die Analyse nehme ich jeweils die ersten elf Interviews mit Deutschen und Chinesen als Korpus. Die Erhebungsmethode und die Informationen über die Gesprächspartner wurden bereits im Kapitel drei vorgestellt. Für die exemplarische Untersuchung des Sprechverhaltens in diesem Kapitel wurden die entsprechenden Textstellen nach der in der Konversationsanalyse gebräuchlichen Transkriptionsmethode verschriftlicht. Die Äußerungen der Interviewten stehen im Mittelpunkt der Analyse. Die Art der Fragestellung durch den Interviewer ist für den Verlauf des Gesprächs nicht unerheblich, sie wird deswegen an entsprechenden Stellen in die Analyse miteinbezogen.

Transkriptionserläuterung:

NN:	Sprechersigel zur Kennzeichnung eines Sprechers
K	Sigel für einen Kommentar bezogen auf einen Sprecher
,	aussagestrukturierende Gliederungszeichen
↓	fallende Intonation
↑	steigende Intonation
-	schwebende Intonation
*	kurze Pause
**	mittlere Pause
***	längere Pause
"	auffällige Betonung
:	auffällige Dehnung
::	sehr lange Dehnung
/	Wort- oder Konstruktionsabbruch
(?)	Unverständliches
(ist)	vermuteter Wortlaut
=	Verschleifung zwischen Wörtern
<u>sagen wir</u>	simultan gesprochene Äußerungen stehen
<u>mhm</u>	untereinander und sind unterstrichen
←es war →	langsamer (relativ zum Kontext)
→komm mal←	schneller (relativ zum Kontext)
>vielleicht<	leise (relativ zum Kontext)

<niemals>	lauter	(relativ zum Kontext)
HAHAHA	Lachen	
HEHEHE	Schwaches Lachen	
RÄUSPERN	Wiedergabe nonverbaler Handlungen (mit Ausnahme vom Lachen)	
# #	Extensionszeichen für den Kommentarbereich (auf Sprecher- und Kommentarzeile)	
K #LACHEND#	Kommentar zur Äußerung (auf der Kommentarzeile)	
[...]	Auslassung in der Transkription	

Die chinesischen Gespräche werden mit chinesischen Zeichen wiedergegeben und ins Deutsche übersetzt. Die Analyse und Interpretation erfolgen ausschließlich auf der Grundlage der chinesischen Texte; die Übersetzungen sind lediglich als Hilfe für den deutschen Leser beigefügt. Die Namen der chinesischen Interviewpartner wurden geändert und andere, weitverbreitete chinesische Familiennamen verwendet.

7.1 Positive Bewertung und Lob des Partners¹⁷⁷

7.1.1 Im deutschen Korpus

Im deutschen Korpus sind kaum positive Bewertungen für den chinesischen Partner zu finden. Es gibt zwar ein paar Textstellen, die vereinzelte positive Aussagen enthalten, die im gesamten Kontext jedoch nicht als positive Bewertung dienen. Hier sind zwei Beispiele dafür:

Beispiel 1

SH: wie fühlen Sie sich hier im alltäglichen Leben↑
 WN: wenn ich auf die Straße gehe, es gibt we:nige
 we:nige / also ich hab=es noch nicht erlebt/ es
 gibt=s keine
 Kriminalität ↓
 SH: hier gibt es kei"ne Kriminalität ↑
 WN: es gibt nicht, ich fühle mich hier absolut sicher
 MA: ja als Aus↑länder↓
 SH: also auch ich laufe abends um zehn Uhr allein auf

¹⁷⁷ Mit dem Begriff „Partner“ meine ich sowohl den konkreten Joint-Venture Partner eines deutschen Unternehmens als auch Deutsche und Chinesen als „Wirtschaftspartner“ im allgemeinen.

der

Straße

MA: ja↑↓ kann man das

WN: es ist nu"r möglich weil es hier ga:nz ga:nz strenge Strafen gibt↓ * hat mit Todesstrafe nichts zu tun↓

MA: ja↓

WN: wenn jemand irgendwas tut, das verboten ist, * wenn man irgend jemand anderen was Böses tut, ** dann muß er Tausende von Renminbi bezahlen,↓ muß er zehn Jahre ins Gefängnis, ** deswegen tun es nur ga:nz ga:nz ga:nz wenige [...] * obrigkeitstgläubig/hörig, was gesagt wird, wird getan↓

Auf den ersten Blick ist die Aussage des Herrn WN's, *es gibt keine Kriminalität* und daß er sich *hier absolut sicher* fühlt, eine positive Bewertung für die Stadt Shanghai. Aber die Äußerung von seiner Frau MA *ja als Ausländer* macht eine Einschränkung für die Gültigkeit seiner Aussage. Es bleibt also offen, ob man sich als Chinese auch so sicher fühlt. Dazu sagte ich (SH), daß ich als Chinesin abends auch allein auf die Straße gehen würde. Aber das positive Element der Sicherheit wurde in diesem Gesprächsausschnitt nicht thematisiert. Herr WN sah sie nur als eine Folge von *ganz ganz ganz strengen Strafen* und der *Obrigkeithörigkeit* der Menschen. Es sind also zwar positive Bemerkungen in den Äußerungen von Herrn WN enthalten, sie dienen im Kontext jedoch nicht als positive Bewertung.

Beispiel 2

Im vorangehenden Ausschnitt kritisierte Herr SB die rücksichtslose Verhaltensweise der Chinesen im Verkehr, und es folgt die folgende Aussage:

SB: [...] man ist allein auf der Welt (?) * was ich sehr gut finde, ist eigentlich die Sitte gemeinsam zu essen * das finde ich wirklich eine ganz tolle Sache und wir haben es hier auch oft praktiziert [...] ** das chinesische Essen * okay↓ es gibt wie überall in der Welt sehr gute Sachen und sehr sehr

eklige Sachen *

SH: hehehe

SB: so mir schmeckt ein Teil und den Rest mag ich nicht↓
 * das ist auf der anderen Seite genau so eine
 chinesische Mentalität* wir versuchen höflich zu
 sein und zu sagen, es schmeckt alles gut oder ganz
 toll↓

SH: ja↑↓

SB: auch wenn es gar nicht so toll ist * aber mir ist es
 mehrmals passiert, wenn wir Chinesen zum europäischen
 Essen eingeladen haben* wenn sie freundlich waren,
 haben sie gesagt, wir bevorzugen chinesisches Essen *

SH: mhm

SB: ich hab=s erlebt, man hat gesagt, es schmeckt gar
 nicht
 gut↓ darum denke ich, es ist auch wirklich nicht
 nötig, immer zu sagen, es schmeckt alles gut * wenn
 man Schildkrötenblut trinkt oder Schlangengalle ißt *
 es schmeckt absolut nicht gut↓

Obwohl hier die Sitte, gemeinsam zu Essen, vom Herrn SB positiv bewertet wurde, wurde sie durch seine spätere Bemerkungen und Kritik wie *es gibt aber auch sehr sehr eklige Sachen* u.a. neutralisiert. Im Kontext betrachtet bleibt hier von einer positiven Bewertung des Partners nicht viel übrig.

Die Angewohnheit, nach einer positiven Äußerung diese sofort wieder einzuschränken, zeigt auch das nächste Beispiel:

Beispiel 3

SH: ja * und was haben Sie in dieser kurzen Zeit für
 Eindrücke ↑

RH: also ich kann eigentlich nur über die Eindrücke in
 Shanghai berichten

SH: mhm ja↓

- WH: und Shanghai ist sicherlich nicht typisch für China,
Shanghai ist
- SH: eigentlich schon, ja
- RH: eine sehr westliche Stadt
- SH: mhm
- RH: wo man sehr viel Englisch sprechen kann, wo die Leute
sehr offen sind gegenüber westlicher Kultur
- SH: ja
- RH: ich glaube nicht, daß Shanghai oder auch die Region um
Shanghai typisch ist für/für China, aber da ich bisher
nichts anderes gesehen habe als Shanghai, kann ich
dazu
auch nichts anderes sagen

Sowohl vor als auch nach der Äußerung, daß die Stadt Shanghai und die Leute dort sehr offen seien, betonte Herr RH, daß Shanghai oder die Region nicht typisch für China ist.

Im nächsten Beispiel, lobte Herr DI seine chinesische Kollegen. Aber vorher wies er darauf hin, daß er *von vielen schlechten Erfahrungen gehört* hatte. Wie im vorigen Beispiel kommen die relativ positiven Aussagen über China und Chinesen meist im Kontext vor, wo die Deutschen sagen, daß die Chinesen den westlichen Standard erreicht haben oder daß sie sich der westlichen Kultur aufgeschlossen zeigen:

Beispiel 4

- SH: em ** haben Sie Probleme oder überhaupt
Mißverständnisse in der Mita/ in der Zusammenarbeit
aus der Hinsicht, daß Sie deutschen kulturellen
Hintergrund haben und er chinesischen/ chinesischen
kulturellen
- DI: #jaja #
- K #LEISE#
- DI: nein, ich persönlich hab da keinerlei schlechte
Erfahrungen gemacht, ich habe aber von vielen
schlechten Erfahrungen gehört ** en ja in Kontakten

mit arbeitenden/ hier arbeitenden Deutschen↑
Europäern↑ oder Amerikanern

SH: ja

DI: und Chinesen↓ ** em, der Grund, daß wir hier keine
Probleme haben ist →höchst wahrscheinlich← de"r,
daß wir mit sehr* sehr em gut ausgebildeten em *
sehr intelligenten em *

SH: Leuten

DI: Leuten zu tun haben

SH: mhm

DI: also zwei meiner chinesischen Kolleginnen haben auch
viele Jahre im Ausland verbracht, die sind schon
westlich geprägt

SH: ja

DI: die wissen, daß wir anders sind

SH: ja

DI: aber auch die zwei Kolleginnen die wir hier haben
em, die noch nie im Ausland waren, e: sprechen beide
exzellent Englisch und sind beide en sehr offen und
und sehr flexibel, deswegen kommt es da auch
ü"berhaupt zu keinem Mißverständnis

Wenn Chinesen westlich geprägt oder verwestlicht sind, lange Zeit im Ausland waren, gutes Englisch sprechen können und offen und direkt gegenüber Ausländern sind, so wurde dies von den Deutschen positiv bewertet. Im Gegensatz dazu wurde ein Deutscher, dem chinesische Eigenschaften zugeschrieben wurden, eher negativ bewertet:

Beispiel 5

Dieser Textausschnitt folgt direkt dem des Beispiels 1, in dem die Interviewerin danach fragte, wie sich die Befragten im Alltag fühlen. MA ist die Ehefrau von Herrn WN.

MA: es ist für uns sehr schwierig ja" im Alltag zu leben
hier, ni"cht daß es uns schlecht geht↓ uns geht=s
gu"t↓ wirklich gut↓ aber wir haben auch unsere

Durchhänger, wo wo wir e:: wirklich sagen, am liebsten kommen wir nach Hause →obwohl wir nicht solche Typen sind, ↓← weil das Leben so/der Alltag so unterschiedlich ist ↓

WN: ein Kolle:ge, der ist schon seit a"cht Jahren da, * seit a"cht Jah:ren, ↓ de"m gefällt=s hier, * der ist Chine"se ↓ halber Chinese. ↓ äh:, #was ich heute nicht mache, mache ich mo"rgen, ↓ * und was ich mo:rgen nicht mache, * mache ich nächste Woche, u"nd erledigt ↓ #

K #IRONISCH #

SH: arbeitet er in der deutschen Firma ↑

WN: in der gleichen Firma / in mei:ner Firma, * der ist allerdings mit einer Chine:sin verheiratet

SH: aber ich meine, hilft er in dem Sinn den Deutschen hier in den Markt hineinzugehen ↑

WN: #jaja, jaja#

K #IRONISCH#

SH: er bringt also auch schwarze Zahlen ↑

WN: der sagt ja ↓ * aber der schafft keinen A"rbeitsplatz der ist allei:ne * (?) er verkauft Dinge aus Deutschland

SH: mhm, mhm

WN: er hat zwar drei fünf Chinesische Mitarbeiter, * aber hat kei:ne Leute, die für uns *

MA: produzieren

WN: produzie"ren in China

Nachdem die Ehefrau zunächst gesagt hatte, daß obwohl es ihnen gut gehe, sie manchmal einfach Heimweh haben, weil das Leben im Alltag so unterschiedlich sei, erwähnte Herr WN als Gegenbeispiel einen deutschen Kollegen, dem es hier gefalle. Er meinte, dieser sei ein Chinese bzw. halber Chinese geworden, weil er genau wie ein Chinese handelt, *was ich*

heute nicht mache, mache ich's morgen, und was ich morgen nicht mache, mache ich nächste Woche. An seinem ironischen Ton kann man seine kritische Meinung über seinen „sinisierten“ Kollegen eindeutig erkennen. Auch wenn er später zugeben mußte, daß der Kollege der deutschen Firma schwarze Zahlen brachte, betonte er dennoch, daß dieser *keinen Arbeitsplatz* für die deutsche Firma schaffe, weil er nur drei, fünf chinesische Mitarbeiter beschäftige.

Wenn man die Textstellen betrachtet, die in die Richtung positiver Bewertung gehen (wie im Beispiel 3 und 4), dann betreffen sie immer explizit entweder eine konkrete Person oder eine konkrete Gruppe. Man betonte zum Beispiel *"mein Kollege X, der ist genau so ehrgeizig wie ein Deutscher"*¹⁷⁸ oder *"die Mitarbeiter in unserer Abteilung sind nicht schlechter als die in einer deutschen Firma"*.¹⁷⁹

Im gesamten deutschen Korpus kam es jedoch kein einziges Mal vor, daß ein Sprecher die Chinesen ganz allgemein lobte, oder positive Eigenschaften der Chinesen erwähnte, außer der oben genannten Sitte, gemeinsam zu essen. Generell kann ich aufgrund meines Datenmaterials sagen, daß sich meine deutschen Interviewpartner bei der Partnerbewertung vor allem auf kritische Meinungen über ihren Partner konzentrierten, und positive Bewertungen des Partners ihnen eher unwichtig schienen.

Daß die interviewten Deutschen im Gespräch lieber die negativen Eigenschaften des Partners thematisieren als die positiven, ist jedoch nicht damit gleichzusetzen, daß sie die Zusammenarbeit mit ihren chinesischen Partner insgesamt negativ bewerteten. Unter den elf Interviewpartnern im Korpus gab sechs von sieben Deutschen, die ich mit der folgenden Frage, *„Wie beurteilen Sie Ihre Zusammenarbeit mit Ihren chinesischen Mitarbeitern? Zufriedenstellend, mittelmäßig, gut oder sehr gut?“* konfrontierte, *„zufriedenstellend“* oder *„sehr gut“* an, nur einer meinte, daß es viele Probleme zwischen den Kooperationspartnern gab. Bei zwei Interviewten habe ich diese Frage nicht gestellt. Von zwei anderen Deutschen, die während des Interviews fast die ganze Zeit Chinesen nur kritisierten, gab einer am Ende des Gesprächs zu: *„Ich arbeite gut mit meinen chinesischen Mitarbeitern zusammen, ich*

¹⁷⁸ Interview in Shanghai am 14.10.97.

¹⁷⁹ Interview in Shanghai am 20.10.97.

habe weitaus weniger Probleme als die anderen“,¹⁸⁰ und der andere schloß es sogar nicht aus, daß er sich später eine andere Stelle in China suchen wird. Das Sprechverhalten der deutschen Interviewten während des Gesprächs, daß sie kaum positive Bewertung für ihren Partner äußerten und ihre Aussage vor allem auf den kritischen Aspekten fokussierten, hängt deshalb meiner Meinung nach vor allem damit zusammen, daß die interviewten Deutschen die kritischen Aspekte für konstruktiver und wichtiger als die positiven hielten.

Als ich meiner deutschen Kollegin mein Untersuchungsergebnis berichtete, daß trotz des Befragungsergebnisses, nachdem mindestens die Hälfte der Interviewten die Zusammenarbeit mit ihren chinesischen Mitarbeitern als „zufriedenstellend“ bzw. „sehr gut“ bewertete, in den Interviewgesprächen aber kaum positive Aussagen bzw. Lobreden zu finden sind, erklärte sie mir wie folgt:

„Im institutionellen oder offiziellen Gespräch positive Dinge zu thematisieren, scheint den Deutschen normalerweise eher banal und oberflächlich. Man glaubt in Deutschland, daß konstruktive Kritik mehr Erfolg bringen würde. Man geht immer davon aus, wenn man etwas bemängelt, würde der andere es besser machen. Man lobt wenig, weil man fürchtet, daß der Gelobte sich auf seinen Lorbeeren ausruhen würde.“

Diese Aussage scheint mein Untersuchungsergebnis unterstützen zu können.

7.1.2 Im chinesischen Korpus

Im chinesischen Korpus sind wesentlich mehr positive Bewertungen für den deutschen Partner zu finden. Die chinesischen Interviewten lobten ihren deutschen Geschäftspartner ständig im Gespräch. Die Aussagen beziehen sich sowohl auf Deutsche im allgemeinen als auch konkret auf ihre deutschen Kollegen.

Beispiel 6

施: 你对德国人有什么印象↑

夏: 我觉得从做事风格来说 /具体一点就是他们比较有条理,比较严谨,比较*守信,他们说什么总可以相信* irgendwann 会发生的# 哈哈#

K

LACHT

#

另外从个人和社会的关系来说,他们比较守法 法制观念比较强

¹⁸⁰ Interview in Shanghai am 16.10.97.

Shi: Welche Eindrücke haben Sie von den Deutschen?

Xia: Ich finde, vom Arbeitsstil her /konkret gesagt, sie arbeiten relativ methodisch, sind relativ ordnungsliebend, und halten normalerweise ihr Wort was sie sagen, kann man immer glauben, irgendwann wird es erfüllt, HAHAHA, außerdem sind sie / von der Beziehung zwischen dem Individuum und der Gesellschaft her gesehen, relativ rechtsbewußt /haben ein relativ starkes Rechtsbewußtsein.*

Diese allgemeinen, stereotyp und manchmal auch klischeehaften Aussagen wie die Deutschen seien *sachlich, höflich, ordentlich, ehrlich, fleißig, einfach und direkt u.ä.* findet man fast in jedem chinesischen Gespräch. Nicht selten wurde in den chinesischen Gesprächen auch ausführlich darauf eingegangen, wie ihre deutschen Kollegen sich in China bemühten, ihre Arbeit gut zu machen usw. Man gab gerne noch konkrete Beispiele dafür:

Beispiel 7

施：你跟德国人合作有什么感想↑不知你在这合资公司以前跟德国人有什么接触

陈：我因为搞引进工作已经十几年了,当然跟方方面面的外国人都接触。*但我跟西门子接触以后呢：觉得德国人非常傲气,看不起中国人,*一开始就有这一种印象*我觉得他们老是强调他们日尔曼民族怎么怎么聪明啊*但是通过一段工作以后呢我也觉得他们也根据实际情况来看*一旦你/他觉得你跟他们合作/工作方面的确很有能力的话,或者你提出的概念/观念的确很有道理的话：我认为他们还是接受的*对不对↓而且对我们的想法也是在转变的,并不是有成见,就是一直看不起一直认为你是劣等的*通过一阵合作以后他们对我很尊重*对不对↓他就觉得你们中方派来的人是有资格坐在这个位置上的而不是这个混饭吃来的*对不对↓所以这一点/从这一点来讲呢他们对我们有成见是很自然的 我认为*对不对↑因为他们对中国不了解*但他们来了中国两三年以后呢 在逐步改变对我们的想法*所以这是我对德国人的想法*第二我觉得德国人也 并不都一样↓象他们来了几批德国人 象上次曾经有个财务经理HerrX,就是管财务的 现在回去了*象我们说设备到了以后 因为我们刚开始人很少 象集装箱到了以后没人去扛*他会亲自到车上榔↓榔↓去扛*所以我觉得这种东西也改变了我们对外国人的一些看法*对不对↓**就是说大家都把合资企业当作自己的东西来对待↓*对一个欧洲人来说是很

难做到这点的*所以我觉得*就是作为我们双方来说,合作的过程也是一个双方*

施: 了解的过程

高: 了解的过程*所以我觉得通过跟他们合作以后我也向他们学到了很多东西[...]

Shi: Welche Eindrücke haben Sie, seitdem Sie mit Deutschen zusammenarbeiten? Hatten Sie vor der Gründung des Joint-Ventures schon Kontakt mit Deutschen?

Chen: Ich war seit über zehn Jahren mit Importtätigkeiten beschäftigt.¹⁸¹ Ich habe natürlich Kontakte mit verschiedenen Ausländern. Nach den ersten Kontakten mit Siemens hatte ich das Gefühl, daß die Deutschen sehr hochmütig sind und die Chinesen geringschätzen. Am Anfang hatte ich einen solchen Eindruck. Ich fand, daß sie ständig betonten, wie furchtbar klug das germanische Volk sei. Aber nach einiger Zeit der Zusammenarbeit fand ich, sie beurteilen dich auch nach den tatsächlichen Umständen. Wenn du/ sie in der Kooperation und Zusammenarbeit sahen, daß du wirklich fähig bist oder wenn deine Gedanken/ Meinungen überzeugend sind, glaube ich, würden sie die auch akzeptieren, oder? Außerdem änderten sie auch ihre Meinungen über uns. Sie haben nicht wirklich Vorurteile, daß sie uns also immer verachten, oder für minderwertig halten. Nach einiger Zeit der Zusammenarbeit achteten sie mich sehr, nicht? Sie fanden, ich bin als chinesischer Vertreter für diese Stelle qualifiziert, und lebe nicht nur dahin, um mein Brot zu verdienen, nicht? Deshalb, an diesem Punkt/ von daher glaube ich, wenn sie Vorurteile gegen uns hatten, ist es ganz normal, weil sie China nicht kannten. Aber nachdem sie zwei, drei Jahre in China sind, ändern sie allmählich ihre Meinung über uns. Also das ist eine meiner Meinung über die Deutschen. Zweitens, ich glaube, nicht alle Deutschen sind gleich. Es sind bereits viele hierher gekommen. Beispielsweise der Finanzmanager Herr X, der war zuständig für die Finanzen, jetzt ist er schon zurückgegangen. Sagen wir zum Beispiel, als die Anlagen ankamen, weil wir in der Anfangsphase sehr wenig Personal hatten, nachdem die Container angekommen waren, hatten wir keine Leute,

¹⁸¹ Gemeint ist hier Technikimport.

die Anlagen zu befördern. Er stieg pong pong¹⁸² auf den Lastwagen, und trug sie runter. Ich dachte daher, solche Dinge haben auch einige unserer Ansichten über Ausländer verändert, nicht wahr? Es war so, beide Seiten haben das Joint-Venture als eine eigene Sache betrachtet. Für einen Europäer ist es sehr schwierig, das zu tun. Deshalb finde ich, für beide Seiten ist der Prozeß der Zusammenarbeit

Shi: ein Prozeß des gegenseitigen Kennenlernens

Chen: ein Prozeß des gegenseitigen Kennenlernens. Deshalb glaube ich, durch die Zusammenarbeit mit ihnen habe ich auch viel von ihnen gelernt. [...]

Herr Chen erzählte hier weitschweifig über die Veränderung seiner Meinung über Deutsche. Zunächst hatte er eher einen schlechten Eindruck von den Mitarbeitern der Firma Siemens, denn sie seien hochmütig. Aber durch die Zusammenarbeit erkannte er, daß seine deutschen Kollegen ihre Meinungen über China änderten und daß sie auch lobenswertes Engagement für das Joint-Venture zeigten, dafür gab er das Beispiel von Herrn X. Im ausgelassenen Textausschnitt lobte er später noch den ehemaligen Generalmanager Herrn S, der ständig wegen der Interessen des Joint-Ventures mit dem Stammhaus in Deutschland stritt. Er erwähnte ebenfalls, die ehemaligen drei deutschen Kollegen seien ohne Familien nach China gekommen, und die haben *die Firma als ihre eigene Familie* betrachtet.

In anderen Interviewgesprächen äußerten die interviewten Chinesen ihre Anerkennung für die Bemühungen ihrer deutschen Kollegen, die Diskriminierung der Chinesen zu überwinden, um sie als gleichwertigen Partner anzuerkennen. Die Qualifikation der deutschen Expatriates wurde gelobt. Eine Chinesin lobte, daß die Deutschen die chinesischen Kollegen bei ihrer Arbeit sehr unterstützten, und dafür nannte sie ebenfalls konkrete Beispiele:

Beispiel 8

李: [...你看↓比如有些客户 因为通讯事业一直在发展么 /客户提出一些非标什么的 我觉得德国老板很支持的*也加班加点的*因为一般公司有规定的 /通常来说加班加点也是有规定的但是他们也是为客户所急的,对那些非标产品 对他们来说SIEMENS的产品一般来说是轻易不能改动的,因为很有可能牌子做坏掉,但是他们在这方面技术上

¹⁸² Lautmalerei.

做了很多的让步*这种非标 还有我们的监控系统/我们自己试检出来的/有个软件小组/应该说他们都很支持的 [...]

Li: [...] sehen Sie, zum Beispiel, es gibt einige Kunden/, weil die Kommunikationstechnik sich ständig entwickelt, wenn Kunden einige nicht der Industrienorm entsprechende Forderungen stellten, ich fand, unser deutscher Boß unterstützte uns sehr. Es wurden Überstunden gemacht, normalerweise hat eine Firma Regelungen / für Überstunden gibt es normalerweise Regelungen, aber sie betrachteten die Bedrängnis der Kunden als ihre eigene. Für die nicht standardisierten Produkte / für sie, Siemens-Produkte dürften technisch nicht leichtfertig verändert werden, weil man fürchtet, die Marke würde [dadurch] ruiniert, aber sie haben Kompromisse gemacht. Solche nicht der Norm entsprechenden Produkte, und unser Überwachungssystem, das haben wir selbst entwickelt / es gibt eine Software-Entwicklungsgruppe / man sollte sagen, sie haben uns sehr unterstützt [...] ¹⁸³

In den Interviews verglichen meine chinesischen Gesprächspartner Deutsche häufig mit anderen Ausländern wie Amerikanern, Franzosen oder Japanern und hoben immer die positiven Eigenschaften der Deutschen hervor:

Beispiel 9

沈：德国人工作很认真*工作比别的欧洲人*法国人意大利人都认真↓而且相当顽强↓你说聪明呢*未必↓但工作相当认真

Shen: Deutsche arbeiten sehr fleißig, sind viel gewissenhafter als andere Europäer, zum Beispiel Franzosen und Italiener und sie sind ziemlich unbeugsam; du kannst nicht sagen, sie sind klug, aber sie arbeiten sehr fleißig.

In den chinesischen Gesprächen wurden Deutsche auch mit Chinesen verglichen. Während man die Deutschen lobte, kritisierte man sich selbst:

Beispiel 10

施：德国人在遵守合同方面怎么样↑

¹⁸³ In einem anderen Gespräch in dieser Firma wurde jedoch im Zusammenhang der unzureichenden Techniktransformation von einem anderen Kollegen kritisiert, daß die Deutschen sich sehr unkooperativ zeigten, wenn es um die Veränderung mancher technischen Daten der Produkte ginge, auch wenn es für die Anpassung der Produkte an dem chinesischen Markt getan werden sollte.

余：在合同遵守上德国人还是比较有合同观念的*中国人喜欢商量商量#呵呵呵#
K # LACHT#

Shi: Halten sich die Deutschen an Verträge?

*Yu: Was das Halten des Vertrags betrifft, die Deutschen haben schon ein relativ starkes
Vertragsbewußtsein, die Chinesen möchten immer verhandeln¹⁸⁴ HEHEHE*

Beispiel 11

刘：他们看上去很礼貌*中国人不很讲究礼貌*由于文革年代文化忽略的因素[...]

Liu: Sie (gemeint sind die Deutschen) scheinen sehr höflich, Chinesen achten sehr wenig auf Anstand, weil in den Jahren der Kulturrevolution die Kultur vernachlässigt wurde [...]

Frau Liu verglich hier die Chinesen mit den Deutschen, während sie die Deutschen die positive Eigenschaft „höflich“ zuschrieb, kritisiert sie gleichzeitig die Chinesen.

Die positiven Bewertungen beziehen sich nicht nur auf den Geschäftspartner, ein Interviewter lobte zum Beispiel auch die Ehefrauen seiner deutschen Kollegen, daß sie sich um chinesische Waisen Kinder gekümmert hatten, und sich bemühten, Chinesisch zu lernen. Eine andere Interviewte meinte, ihr ehemaliger deutscher Manager mochte China und Chinesen sogar mehr als die Chinesen selbst.

Trotz der zahlreichen positiven Aussagen über ihren deutschen Partner stellte es sich durch näheres Fragen jedoch heraus, daß nur einer der elf chinesischen Interviewpartner die Zusammenarbeit mit Deutschen als „sehr gut“ bewertete, alle anderen Interviewten vertrauten mir an, daß ihre bisherige Zusammenarbeit mit Deutschen nicht ganz zufriedenstellend sei, weil die chinesische Seite nicht sehr viel von der Kooperation profitierte.

Im Unterschied zu den interviewten Deutschen schien es den befragten Chinesen wichtig zu sein, positive Eigenschaften des ausländischen Partners zu nennen. In jedem Gespräch sind positive Bewertungen für Deutsche enthalten. Die positiven Bewertungen befinden sich vor allem in der Anfangsphase oder in der ersten Hälfte des Gesprächs. Bevor man den Partner

etwas kritisierte oder einen Vorwurf machte, betonte man immer zunächst die positiven Eigenschaften des Partners. Nur nachdem positive Eigenschaften des Partners genannt wurden, ging man langsam dazu über, die Problemfelder anzusprechen:

Beispiel 12

李：德国人比较严谨*认真*计划非常有条理*以前觉得他们很朴实*应证了*计划性强这对工作当然好*但也拖掉时间*我觉得节奏感上不如中国人当然不能相提并论的喽**也有欠缺的问题*因为有些事情太细的话*有些事情比较难办*如有些事情一定要计划但客户不等你的呀/有些事情上节奏太慢

Li: *Die Deutschen sind ganz streng und gewissenhaft, sie arbeiten sehr methodisch. Meine Vorstellung, daß sie sehr solide sind, hat sich bestätigt. Die starke Planmäßigkeit ist selbstverständlich gut für die Arbeit, aber sie kostet auch Zeit. Ich finde, sie sind nicht so flexibel wie die Chinesen/natürlich kann man beide nicht in einem Atemzug nennen. Es gibt auch Nachteile, wenn manche Sachen zu genau geplant sind, dann ist es relativ schwer, sie zu erledigen; zum Beispiel möchten sie manche Sachen unbedingt planen, aber die Kunden warten nicht auf dich. Bei manchen Sachen ist das Arbeitstempo zu langsam.*

Frau Li lobte zunächst, daß die Deutschen gewissenhaft sind und immer mit Strenge, Fleiß und Methode arbeiten. Bevor sie die mangelnde Flexibilität der Deutschen vorsichtig kritisierte, betonte sie zuerst aber, daß die Planmäßigkeit auch gut für die Arbeit sei.

Fazit

Auch wenn die interviewten Chinesen insgesamt weniger zufrieden waren mit der Zusammenarbeit mit ihrem Partner als die interviewten Deutschen, fällt die chinesische Partnerbewertung viel positiver aus als die deutsche. Positive Aspekte zu nennen scheint den chinesischen Interviewten viel wichtiger zu sein als den deutschen Interviewten. Beinahe in jedem Gespräch mit Chinesen gibt es positive Aussagen und Lobreden zu finden, während im deutschen Korpus kaum positive Bewertung und Lob zu finden sind. In den chinesischen Gesprächen werden die positiven Bewertungen oft mit zahlreichen konkreten Beispielen ergänzt. Dieses Phänomen findet sich in den deutschen Gesprächen

¹⁸⁴ Er meint damit, daß die Chinesen den Vertrag nicht allzu genau nehmen.

nicht. Dieser Unterschied lässt sich m.E. dadurch erklären, weil Chinesen mehr beziehungsorientiert denken und mehr Wert als Deutsche darauf legen, den Partnern „Gesicht zu geben“ (vgl. Kap. 4.4.3).

Die chinesischen Interviewten äußerten häufig verallgemeinernde positive Bewertungen über die Deutschen, während im deutschen Korpus keine allgemeine positive Bewertung über Chinesen gefunden werden kann. In den wenigen Textstellen, in denen ein interviewter Deutsche seinen chinesischen Partner positiv bewertete, meinte er immer explizit nur eine konkrete Person oder einige bestimmte Kollegen. Dieser Unterschied im Sprechverhalten spiegelt die vorher erwähnte allgemeinheitliche Denkart der Chinesen und die sachbezogene Denkart der Deutschen wider (vgl. Kap. 4.7.2 u. Kap. 5.3.4).

7.2 Negative Bewertungen und Kritik des Partners

7.2.1 Im deutschen Korpus

Während man im deutschen Korpus nur mit Mühe positive Bewertungen und Lob für den chinesischen Partner herausfiltern kann, sind negative Bewertungen und Kritik am chinesischen Partner überall zu finden. Das Verhalten der Chinesen, ihre mangelnde Offenheit, die mangelnden Managementkenntnisse und die schlechte Umwelt u.ä. wurden kritisiert. Die Kritik zeichnete sich durch Offenheit und Direktheit aus:

Beispiel 13

WN: [...] übera"ll * wo's nicht funktioniert wie bei uns, ist nu"r chinesische Majorität [...] Alles wo Chinesen verantwortlich sind* es funktioniert nicht↓ weil Chinesen möchten keine Verantwortung tragen↓ einer der irgendwo eine Aufgabe hat* der soll das und das tun* der tut es aber nicht* es passiert nichts↓

Die Offenheit und Direktheit der Kritik zeigt sich sowohl auf der inhaltlichen Seite als auch auf der Ausdrucksseite. Von der Ausdrucksseite her verwendete er die Partikeln „*überall*“, „*nur*“ und „*nichts*“, die sowohl verallgemeinernde als auch verstärkende Funktion haben;

statt „*manche Chinesen*“, „*einige Chinesen*“ oder „*meine chinesischen Kollegen*“ sagte er allgemein „*Chinesen möchten keine Verantwortung tragen*“. Von der inhaltlichen Seite gesehen kritisierte er die Chinesen hier ohne Einschränkungen und schiebt die Schuld ohne wenn und aber völlig auf die Chinesen.

Beispiel 14

SH: e:n, was stört Sie eigentlich in China[↑] wenn Sie so
jetzt in China arbeiten und leben[↑]

ZS: vie:l oh::

SH: #viel#* Verkehr[↑]

K #LEISE#

ZS: (?) Schmutz, Verkehr, ich habe zwei Kinder, ich bin
täglich mit dem Verkehrsproblem konfrontiert, ich
weiß natürlich, daß China das Problem hat, ich
brauche mich natürlich nicht jeden Tag darüber
aufzuregen

SH: mhm

ZS: mich stört schlechte Infrastrukturu:r * schlechte
Luft[↓] schlechte Wasserqualität, sehr wenig
Freizeit(angebot) [...] die vielen Menschen* ja die
Versorgungsprobleme der Stadt Shanghai* die Busse
sind voll, das Wasser ist schlecht [↓] die Luft ist
schlecht, en (?) das sind schon Dinge, die uns
natürlich beeindrucken, das ist aber kein Grund
nicht nach China zu kommen

In zwei Interviews wurde gleich am Anfang des Gesprächs von den Interviewten die Initiative ge-griffen, Kritik an der chinesischen Seite zu üben:

Beispiel 15

SH: ich möchte mich eigentlich über einige konkrete
Probleme informieren* im allgemeinen sagt man *
hier gibt es gutes Essen * die Leute sind sehr
freundlich gegenüber Ausländern

SB: ja, gegenüber Ausländern * nicht gegenüber sich

selbst ↓ * sie sind sehr sehr hart gegenüber sich
selber

SH: *** Welche Probleme gibt es innerhalb eines
Betriebs↑

SB: [...]

Bevor ich (SH) den ersten Satz vollendete, unterbrach mich Herr SB mit einer Kritik an der harten Umgangsweise der Chinesen gegenüber ihren Landsleuten. Für mich, eine Chinesin, bedeutete diese Kritik eine Gesichtsbedrohung, denn ich konnte mich auch kritisiert fühlen. Mit solch einer Offenheit hatte ich nicht gerechnet. Das zeigt die danach folgende längere Pause.

Interessant ist der Unterschied, daß Chinesen normalerweise nur für positive Bewertungen Beispiele nannten, und bei negativen Bewertungen kaum konkrete Fälle darstellten, während die interviewten Deutschen immer konkrete Beispiele angaben, wenn sie etwas kritisierten. Im folgenden Textausschnitt kritisierte der Deutsche RH die fehlende Arbeitsmotivation der Chinesen in staatlichen Einrichtungen, und er schilderte eine konkrete Situation, die er kurz zuvor erlebte:

Beispiel 16

SH: gibt es etwas* das Sie im alltäglichen Leben stört,
wenn Sie auf die Straße gehen * welche Empfindungen
haben Sie und was gefällt Ihnen hier↑

RH: Stören tut mich eigentlich nur* vor allem wenn man
eine Bank oder eine Behörde von einer rein
chinesischen Einrichtung besucht* daß die Leute
überhaupt keine Arbeitsmotivation *keine wie man in
Deutschland sagt Servicementalität haben* Ich war
neulich in der Bank of China* die schließt um 12
Uhr, um halb 12 waren nur 2 Schalter besetzt und
dahinter standen 15 Leute und unterhielten sich*
vor den Schaltern eine große Schlange* aber die
Leute zeigten keinerlei Interesse

Die interviewten Deutschen gaben in der Regel konkrete Beispiele an, wenn sie kritisierten; man hat damit nicht den Eindruck, daß die Kritik aus der Luft gegriffen ist. Ich glaube, dieses Sprechverhalten hat mit dem oben erwähnten Sachlichkeitsdenken der Deutschen zu tun. Man braucht immer Beweise und Fakten für jeden Vorwurf und jede Kritik.

Was mir noch aufgefallen ist, ist die häufige Verwendung von Wörtern wie *jede(r)*, *alles*, *gar kein(e)*, *nie*, *niemand*, *niemals*, *überhaupt kein(e)*, *nichts*, *absolut*, u.ä. in den negativen Bewertungen oder Kritikäußerungen der Deutschen:

Beispiel 17

HF: [...] ja↓ eine meiner Grunderfahrungen im Beruf ist, man muß sehr vorsichtig mit den Chinesen sein* **je:der** Chinese glaubt er sei besser als ich und versteht an sich nicht warum so viele Expatriates da sind↓ das ist eine Mentalität und die Kultur [...]

Beispiel 18

SH: Man sagte immer, der chinesische Partner ist wichtig in der Zusammenarbeit

SB: das kann man **a"bsolut** vergessen* nach meiner Meinung ist der chinesische Partner **absolut** unwichtig↓ die Joint Venture Partner haben meist **ü"berhaupt keine** Erfahrung* die haben **nie** ein Joint Venture gemacht* die haben ni"cht die Beziehungen zu Behörden die dafür notwendig sind * mit unserem Unternehmen habe ich die Erfahrungen gemacht, **alle** die Dinge, die neu sind, ob's zum Beispiel darum geht, einen Kredit in RMB zu tauschen, die Chinesen sind zu ängstlich und zu desinteressiert das zu tun* die Chinesen haben **ü"berhaupt keine** Ahnung, wie es geht neue Kunden zu akquirieren* sie haben **keinerlei** Ahnung was Werbung zu machen heißt, weil die Kunden waren früher da und sie haben **alles** abgenommen/ sie sind das nicht gewöhnt/ sie haben **keinerlei** Verständnis dafür, daß

man seinem Kunden gute Waren gibt / meist bezahlt
 der Kunde auch nicht [...] dazu muß ich sagen*
 unsere Erfahrung hat es bestätigt, daß unser
 chinesischer Partner **absolut** nutzlos ist↓ meine
 Meinung dafür, daß man **nur** ein wholly foreign owned
 enterprise gründet ohne Beteiligung von Chinesen↓
 dann hat man auch die Möglichkeit, die Sache richtig
 zu lenken wie man sie für richtig hält [...]

Wörter wie *alle, keinerlei, überhaupt keine, nie* u.ä. wurden von manchen als „verallgemeinernde Quantoren“ (Schwittalla 1995:103) bezeichnet, meiner Meinung nach haben sie in der gesprochenen Sprache, wie unsere Beispiele zeigten, sowohl die verallgemeinernde als auch die bekräftigende Funktion.¹⁸⁵

7.2.2 Im chinesischen Korpus

Wie ein Chinese im Interview sagte, Kritik zu üben tun sich Chinesen grundsätzlich schwer:

徐: 中国人一般不会批评德国人*顶多提一点建议**如中国人提建议了往往已经是很严重的了*所以德国人应该重视中国人的意见

Xu: Chinesen würden die Deutschen normalerweise nicht kritisieren, sie geben ihnen höchstens ein paar Ratschläge. Wenn aber Chinesen Ratschläge geben, dann ist die Sache schon ganz schlimm, deshalb sollen Deutsche die

¹⁸⁵ Wörter wie *absolut, überhaupt kein, niemals, alles, nur* u.ä., kamen jedoch nicht nur in den negativen Bewertungen vor, sie wurden auch häufig in positiven und neutralen Äußerungen der Deutschen verwendet:

Beispiele:

Text AB:

SH: kannst du dir vorstellen* daß du später als deutscher Mitarbeiter langfristig in China arbeitest↑

AB: da hätte ich **überhaupt kein** Problem [...]

Text WN:

WN: [...] und was grundsätzlich ist, hier ist **alles** anders. Wenn Sie was schreiben, dann sagen Sie, also allererstens ist in China **alles** anders, und in China ist **alles** viel schneller als woanders. [...]

Text DC:

DC: [...] als ich nach China kam, war **alles** wie ich es mir vorgestellt hatte

SH: Sie haben Ihre Meinung gar nicht geändert↑

DC: **überhaupt nicht** ↓

Vorschläge der Chinesen ernst nehmen.

Mit dieser Äußerung meinte der Interviewte, daß face-to-face Kritik in China sehr selten vorkommt. Sogar in sehr ernsten Fällen wird Kritik nur in Form von Ratschlägen gemacht. Ein anderer chinesischer Interviewpartner sagte im Interview:

„如果一个中国人当面批评另一个人，那一定是他忍无可忍了，而且是冒着关系破裂的危险“。 („Wenn ein Chinese jemanden direkt kritisiert, dann ist ihm sicher der Geduldsfaden schon gerissen, und er riskiert einen Abbruch der Beziehung.“)

In den Interviewgesprächen ist allerdings auch Kritik an Deutschen zu finden. Aber die Chinesen verhielten sich bei der Kritik viel zurückhaltender und vorsichtiger als die deutschen Interviewten.

Beispiel 19

郑：[...]我以前在外资企业*他们#哈哈#对中国人好象有偏见*有些老外

K # LACHT #

从某些中国人身上得到一些印象之后呢推而广之了*这不是很合适的

Zheng: [...]ich arbeitete früher in einer ausländischen Firma, sie **HAHAHA** haben **anscheinend** Vorurteile gegen Chinesen, **manche** Ausländer haben einige Eindrücke von manchen Chinesen bekommen und verallgemeinerten sie später, das ist **nicht ganz** richtig

Das ist ein sehr typisches Beispiel für das chinesische Kritiksprechverhalten. In dieser kurzen Aussage setzte der chinesische Sprecher mehrere Abschwächungsmittel ein, um seine Kritik zu mildern: Das Lachen, die Modifikation durch Adverbien, eine subjektive Erklärung für die Ursache des kritisierten Phänomens u.a. Bevor Herr Zheng den Kritiksatz aussprach, daß die Ausländer *anscheinend Vorurteile gegen Chinesen haben*, lachte er zunächst. Das könnte bedeuten, daß er die Vorurteile nicht ganz ernst nahm oder daß er sie nicht für sehr tragisch hielt. Damit wurde der Ton der Kritik erst abgeschwächt. Durch das Adverb *好象 anscheinend* wurde anstatt eines offenen Vorwurfs nur ein persönlicher Eindruck geäußert. Später versuchte er auch, selbst den Grund für die Entstehung des Vorurteils zu erklären: es seien *manche* Ausländer, die ihren Eindruck von bestimmten Chinesen verallgemeinerten. Sein Verständnis für die Entstehung des Vorurteils kann man als eine Art von Verzeihung verstehen. Am Ende der Kritikäußerung benutzte er noch eine Gradmarkierung *nicht ganz*, um seine Kritik nochmals abzuschwächen.

Das Lachen kam im chinesischen Korpus häufig vor, wenn etwas Negatives über Deutsche gesprochen wurde:

Beispiel 20

施：你觉得德国人高傲吗↑

郑：嗯：：有一点的哈哈

Shi: Finden Sie die Deutschen arrogant?

Zheng: en.:, ein bißchen schon HAHAHA

Im deutschen Korpus wurde das Lachen bzw. Lächeln kein einziges Mal als Abschwächungsmittel für die Kritik an die Chinesen eingesetzt. Ich fragte eine deutsche Informantin nach einem möglichen Grund für diesen Unterschied, da erklärte sie mir, „*ein Deutscher würde normalerweise nicht lachen oder lächeln, während er etwas kritisiert, weil das für ihn eine ernsthafte Sache ist*“.

Im chinesischen Korpus wird die negative Bewertung bzw. Kritik fast immer in die positive Bewertung bzw. in die lobenden Aussagen eingebettet. Der ständige Wechsel zwischen Loben und Kritik (bzw. positiver und negativer Bewertung) ist bei jedem Interviewgespräch mit Chinesen zu beobachten. Im folgenden Beispiel lobte der chinesische Manager Shen zunächst, daß die Deutschen sehr *renzhen* (*gewissenhaft, genau oder fleißig*) seien, später aber kritisierte er, daß sie übermäßig *renzhen* seien.:

Beispiel 21

沈：德国人工作很认真*工作比别的欧洲人*法国人意大利人都认真↓而且相当顽强↓你说聪明呢*未必↓但工作相当认真 [...]

[...]德国人有一个缺点*太自信↓太认真↓太认真有时候是需要的对吗↑有时候不太相信别人*

Shen: Deutsche arbeiten sehr fleißig, sind viel gewissenhafter als andere Europäer, zum Beispiel Franzosen und Italiener und sie sind ziemlich unbeugsam; du kannst nicht sagen, sie sind klug, aber sie arbeiten sehr fleißig [...]

[...] Deutsche haben einen Nachteil, sie glauben zu sehr an sich und sind zu genau; gewissenhaft ist manchmal notwendig, nicht? Manchmal vertrauen sie nicht so sehr den anderen Leuten.

Bei der Kritik sagte Herr Shen zunächst, daß die Deutschen einen Nachteil haben, aber daraufhin nannte er drei Nachteile (zu viel Selbstvertrauen, übertriebene Genauigkeit und

mangelndes Vertrauen zu Chinesen). Der chinesische Sprecher achtete in seinen Äußerungen anscheinend nicht auf einwandfreie Logik, sondern nur auf die Pragmatik. Der Vorteil *renzhen* (*gewissenhaft, genau oder fleißig*) sei sowohl Vorteil als auch Nachteil der Deutschen. Nachdem er kritisiert hatte, daß die Deutschen *zu genau* seien, ergänzte er aber sofort, Genauigkeit sei *manchmal notwendig*. In seiner Kritik darüber, daß Deutsche den anderen Leuten nicht vertrauen, verwendete er die Adverbien *manchmal* (*you shihou* 有时候) und *nicht sehr* (*butai* 不太), um seine Kritik abzuschwächen.

Daß die chinesischen Interviewten in ihren Kritikäußerungen häufig solche abschwächenden Adverbien wie 有时候 (*manchmal*) 好象 (*anscheinend*) 有一点 (*ein bißchen*) 比较 (*relativ*) 也许 (*vielleicht*) benutzen, hat m.E. aber nicht nur damit zu tun, daß sie ihre Kritik abtönen wollten, sondern es hängt auch damit zusammen, daß sie nicht zu sicher und selbstbewußt auftreten wollten, weil eine Person, die ganz selbstsicher vor anderen auftritt, in der chinesischen Gesellschaft als nicht bescheiden empfunden wird. Das Adjektiv 自信 (*selbstsicher*) hat in den meisten Fällen eher eine negative Konnotation (vgl. Beispiel 21). Man hört in China häufig die Kritik, daß *jemand zu selbstsicher* ist (某某人太自信了). Der Konfuzianismus fordert eine bescheidene und zurückhaltene Verhaltensweise der Menschen. Mit diesem Kulturstandard steht das folgende chinesische Sprechverhalten bei der Kritik in engem Zusammenhang, nämlich während die interviewten Chinesen den Partner kritisierten, übten sie auch Selbstkritik.

Beispiel 22

夏：我觉得中国人是很自大的[...]很利害的看不起外国人喜欢把外国人说低,“拎不清、老怪的”* 另外西方人也有老来自居的感觉

Xia: Ich finde, Chinesen sind sehr eingebildet, [...], sehr schlimm, sie schätzen Ausländer gering, und werten sie gern ab: „Sie verstehen die Sachen nicht, und sie sind sehr komisch.“ Auf der anderen Seite fühlen sich die westlichen Leute auch als etwas Besseres.

Bevor Frau Xia auf die Überheblichkeit der westlichen Leute hinwies, kritisierte sie die Eingebildetheit der Chinesen, wobei sie sich nicht ausdrücklich von dem kritisierten Kollektiv distanzierte.

Selbstkritik ist in der chinesischen Kultur ein wichtiges Merkmal für die Bescheidenheit, welche wiederum als ein Zeichen von Höflichkeit und Bildung gilt. Bis heute steht im

Vorwort von den meisten Büchern noch solche Sätze wie „本书作者水平有限，认知与感悟肯定会有许多不足，还望读者不吝赐教。热情欢迎来自各个方面的批评。“¹⁸⁶ („*Der Autor des Buches hat nur ein beschränktes Niveau, es bestehen sicher noch viele Mängel bei meiner Erkenntnis und meinem Verständnis, ich hoffe, daß meine Leser mit ihrer Kritik nicht sparen würden. Kritik von allen Seiten ist herzlich willkommen.*“)

Bei einem Vortrag beginnt man in China auch gern mit dem Floskel, „我准备得不够充分，我讲不好，请大家原谅“ [„*Ich habe mich nicht genug vorbereitet, ich kann nicht gut reden, ich bitte um Ihre Verzeihung*“]. Wenn man in China besonders bescheiden auftreten möchte, kann man sich als 鄙人 (meine Wenigkeit) bezeichnen und im Brief sich sogar als „愚兄“ („*dein dummer Bruder*“) nennen. Solche Selbsterabsetzung und Selbstvorwürfe klingen einem Europäer eher absurd, aber in der chinesischen Kultur sind sie Ausdruck der Kultiviertheit. Schon in meiner Schulzeit lernte ich bei der Abfassung der alljährlichen Resümee bzw. Selbstbeurteilung, daß ich darin unbedingt Selbstkritik üben sollte, sonst mußte ich mit der Anmerkung „Mangel an Selbstreflexion und Selbstkritik“ vom Lehrer und den Schulkameraden rechnen.

In den Gesprächen mit den Deutschen wurde keine negative Eigenschaft von Deutschen genannt. Als ich meinen deutschen Interviewpartner RH danach fragte, ob es überhaupt eine typische deutsche Mentalität gibt, antwortete er:

Beispiel 23

RH: ja die Deutschen sind schon generell rechthaberisch

SH: rechthabere/

RH: rechthaberisch ja ** die wissen immer wie es laufen muß und wenn es nicht so läuft dann sind die anderen schuld

SH: ah ja * sonst ** das das das stört manchmal in der Arbeit mit dieser / # hehehe # oder ihrer Durchsetzungskraft

K # SCHWACHENES LACHEN #

RH: nein↓ man stellt sich darauf ein, ich würde nicht

¹⁸⁶ Zitiert aus: Wang, Chunquan (1995): *Shiyong xinwen xiezu*. [Praktische Schreibtechnik für

sagen daß es stört *

SH: # ah ja#

K LEISE

RH: es fällt halt auf wenn Deutsche im Ausland sind

Aus dem Text sieht man, daß die Eigenschaft „rechthaberisch“, die normalerweise negativ interpretiert werden sollte, hier vom Befragten RH nicht als ein Störfaktor für die Zusammenarbeit gesehen wurde, sondern *es fällt halt auf*, damit ist seine Aussage also nicht als eine Kritik / Selbstkritik zu verstehen.

Daß die interviewten Deutschen generell nichts Negatives über sich selbst äußern wollte, zeigt auch das folgende Beispiel:

Beispiel 24

SH: sind die Deutschen nicht rechthaberisch↑

HF: das ist richtig↓ das ist ein Problem * ein Konflikt zwischen Deutschen und Chinesen * aber ich glaube nicht daß ich von diesem Problem so stark betroffen bin, weil ich halt lange in China bin und weil ich auch lange genug mit Chinesen arbeite um heute zu wissen, wie ich mit Chinesen zusammenarbeiten kann [...]

Die Eigenschaft „rechthaberisch“ wurde von dem Deutschen HF zwar bestätigt, aber er betonte, daß er selber *nicht von diesem Problem stark betroffen* sei.

In den gesamten deutschen Daten ist Kritik, die sich auch auf den Sprecher bezieht, nicht zu finden. In den wenigen Stellen, wo etwas Negatives über Deutsche ansprochen wurde, betonten die Interviewten immer, daß man selbst nicht davon betroffen sei. Deshalb vermute ich, daß die Selbstkritik in der deutschen (Manager)-Kultur nicht üblich ist.

Um den Verdacht zu beseitigen, daß die interviewten Deutschen bloß nicht vor einer chinesischen Interviewerin selbstkritisch äußern wollten, fragte ich einige deutsche Muttersprachler, was Selbstkritik für Deutsche bedeutet. Eine Informantin erzählte mir:

„Ein Deutscher würde sich normalerweise nicht kritisieren, wenn dann nur bei einer Entschuldigung, denn für Deutsche ist Selbstkritik eher ein Zeichen von Schwäche und Mangel an Selbstbewußtsein.“

Eine andere Informantin meinte, besonders bei den deutschen Managern sei es typisch, daß man nichts Kritisches über sich selbst redet, damit man sich selbst nicht angreifbar macht. Ein weiterer deutscher Informant antwortete auf meine Frage halb ernst, halb scherzhaft: *„Selbstkritik? Kenne ich nicht. Deutsche kritisieren andere Deutsche, aber sich nicht persönlich.“* Die Antworten meiner Informanten scheinen meine Vermutung unterstützen zu können.

Aus dem Befund der Korpusauswertung kann ich den Unterschied feststellen, daß während die deutschen Interviewten nichts Negatives über sich äußerten, wahrscheinlich um sich nicht angreifbar zu machen, schien den Chinesen selbstkritische Äußerungen eine Pflicht oder ein Ausgleich für ihre Kritik an ihrem Partner zu sein.

Ferner gibt es in den chinesischen Gesprächen eine Reihe von Beispielen, in denen die Interviewten nur implizit ihre Kritik äußerten:

Beispiel 25

王: [...] 德国人 嗯 就是说对中国人 嗯 有很多看法 怎么说呢 / 因为他们根本原来就没接触过中国人, 对中国没有了解, 他先接触一些坏人就留下坏的印象了

Wang: [...] *die Deutschen, e:n, es ist so, sie haben e:n viele Meinungen über Chinesen, wie soll ich denn sagen, / weil sie vorher überhaupt keinen Kontakt mit Chinesen hatten und China nicht kannten. Wenn jemand am Anfang mit einigen schlechten Leuten zu tun gehabt hatte, dann haben sie bei ihm eben schlechte Eindrücke hinterlassen*

Statt explizit von Vorurteilen der Deutschen gegenüber Chinesen zu sprechen, wählte Frau Wang hier eine neutrale Formulierung *sie haben viele Meinungen über Chinesen* in ihrer Aussage. Das zweimal verwendete Füllwort *en* und der metakommunikative Ausdruck *wie soll ich denn sagen* (怎么说呢) zeigen, daß es ihr schwer einfällt, über diese „Meinungen“ impliziter und näher auszusagen oder zu kommentieren. Ohne den Inhalt dieser „Meinungen“ erläutert zu haben, versuchte sie zu erklären, woher diese „Meinungen“ kommen könnten.

Fazit

Das Sprechverhalten der interviewten Deutschen und Chinesen bei der Kritik unterscheidet sich in vieler Hinsicht. Die interviewten Deutschen kritisierten den Partner im allgemeinen offener und direkter als die interviewten Chinesen. Dieser Unterschied entspricht grundsätzlich ihrer eigenen Beobachtung (vgl. Kap. 4.2 u. Kap. 5.3.1). Während die chinesischen Aussagen von negativen Bewertungen und Kritik wesentlich mehr Abschwächungsmarkierungen aufweisen, benutzten deutsche Sprecher viele verallgemeinernde und verstärkende Adverbien in ihren kritischen Aussagen (vgl. Kap. 5.3.2). Die chinesische Kritik wurde meistens in die positiven Bewertungen eingebettet. Dieses Phänomen ist im deutschen Korpus nicht zu finden.

7.3 Zusammenfassung der Unterschiede

Die obige kontrastive Analyse zeigt deutliche Unterschiede zwischen dem deutschen und dem chinesischen Sprechverhalten bei der Partnerbewertung in den Interviewgesprächen. Im Widerspruch zu der Tatsache, daß die Mehrheit der deutschen Interviewpartner ihre Zusammenarbeit mit Chinesen letztendlich als „gut“ bzw. „sehr gut“ einschätzte, während die meisten chinesischen Befragten ihre Zusammenarbeit mit Deutschen als „mittelmäßig“ oder „nicht ganz zufriedenstellend“ bewerteten, finden sich im chinesischen Korpus viel mehr positive Aussagen über den Partner als im deutschen Korpus. In allen chinesischen Gesprächen können wir ausgedehnte blumenreiche Lobreden über den Partner finden. Positives über den Partner zu äußern scheint den Chinesen viel wichtiger zu sein als den Deutschen. Es gab in den deutschen Gesprächen wesentlich mehr negative Bewertung und Kritik als in den chinesischen Gesprächen. Die positive Seite des Partners wurde von den interviewten Deutschen so gut wie nicht berücksichtigt. Die wenigen positiven Bewertungsäußerungen beziehen sich immer explizit auf eine oder einige bestimmte Personen. Insgesamt hat die negative Bewertung in den deutschen Gesprächen die Präferenz, und in den chinesischen Interviewgesprächen die positive Bewertung. Das chinesische Sprechverhalten entspricht der beziehungsorientierten Denkweise der Chinesen und auch dem chinesischen Höflichkeitskonzept, den anderen möglichst „Gesicht zu geben“.¹⁸⁷

¹⁸⁷ Ob die Tatsache, daß die interviewten Deutschen ihren chinesischen Partner eher negativ als positiv

Das Phänomen der Selbstkritik, das in den chinesischen Gesprächen zu beobachten ist, existiert in den deutschen Gesprächen nicht. Nach der chinesischen Kommunikationskonvention ist die Selbstkritik ein Zeichen der Bescheidenheit und in der Regel als Untertreibung zu verstehen. Bei der negativen Bewertung der Partner dient die Selbstkritik der Abschwächung der Kritik. Mißverständnisse entstehen, wenn ein Deutscher die chinesische Untertreibung und Selbstkritik nach den deutschen Normen interpretiert.

Die in den Kapiteln vier und fünf genannten unterschiedlichen Tendenzen, nämlich die Direktheit, Explizitheit und Sachorientiertheit des deutschen Kommunikationsverhaltens und die Indirektheit, Implizitheit und Personen- bzw. Beziehungsorientiertheit des chinesischen Kommunikationsverhaltens, lassen sich in dieser kontrastiven Untersuchung beobachten. Ich glaube, hier findet sich auch eine Erklärung für die vorher erwähnten Kommunikationsprobleme zwischen Deutschen und Chinesen. Da Deutsche bei der Partnerbewertung generell kritischer als Chinesen sind und normalerweise auch keine Selbstkritik üben würden, können sie bei einem chinesischen Kommunikationspartner den Eindruck erwecken, daß sie arrogant und hochmütig gegenüber den Chinesen seien. Der Unterschied, daß Deutsche bei ihren Kritikäußerungen nicht so häufig Abtönungsredemittel einsetzen wie Chinesen, sondern gern verallgemeinernde bzw. verstärkende Adverbien benutzen, kann auch dazu führen, daß Chinesen von Deutschen den Eindruck bekommen, daß sie aggressiv oder nicht so kultiviert seien wie Chinesen. Umgekehrt, da chinesische Sprecher bei ihrer Kritik die negative Bewertung gerne in die positiven Aussagen einbetten und gleichzeitig mehrere abschwächende Mittel einsetzen, die ein Deutscher in der gleichen Situation normalerweise nicht verwenden würde, wie das Lachen bei einer Kritik, können sie von einem deutschen Kommunikationspartner mißverstanden werden.

Bei dieser Analyse des Sprechverhaltens wurden die geschlechtsspezifischen Verschiedenheiten nicht berücksichtigt. Dafür sprechen die folgenden zwei Gründe: Erstens sind 91% meiner deutschen Interviewpartner männlich, dies entspricht der Statistik, daß der Männeranteil der Auslandsentsendungen bei den meisten deutschen Unternehmen über 90% liegt (Institut für Interkulturelles Management 1995); zweitens sind mir bei den Interviews

bewerteten, auch damit zusammenhängt, daß sie von einem entwickelten Industrieland in ein Entwicklungsland kamen, und deshalb mehr zu kritisieren als zu loben hatten, sei dahingestellt.

keine gravierenden Differenzen zwischen dem weiblichen und dem männlichen Sprechverhalten aufgefallen. Es liegt vermutlich daran, daß die in der Wirtschaft tätigen Frauen, die eine leitende Funktion innehaben, sich im Beruf mit der Zeit dem männlichen Sprechstil angepaßt haben. Bei anderen Sprechsituationen bzw. Sprechhandlungen kann es aber sein, daß die Kategorie Geschlecht doch eine relevante Rolle spielt. Ob und inwieweit das Sprechverhalten der deutschen und chinesischen Geschäfts- und Fachleute in anderen Kommunikationssituationen sich von dem hier dargestellten unterscheidet, diese Frage ist in weiteren Untersuchungen zu klären.

Es sei zuletzt nochmals darauf hingewiesen, wenn ich hier in meiner Untersuchung die undifferenzierte Redeweise von „den Chinesen“ und „den Deutschen“ verwende, dann meine ich nicht, daß alle Deutschen bzw. alle Chinesen das gleiche Sprechverhalten wie das hier beschriebene haben. Die Simplifizierung sollte nur verschiedene Tendenzen besser herausarbeiten. Es gibt sicherlich regionale, gruppenspezifische und individuelle Verschiedenheiten auch innerhalb der chinesischen oder deutschen Sprachgemeinschaft. Dieser Unterschied muß in jeder konkreten Kommunikationssituation immer berücksichtigt werden, um Vorurteile zu vermeiden. Der Vergleich des Kommunikationsverhaltens ermöglicht einem, sein eigenes Kommunikationsverhalten bewußter zu erleben und Voraussetzungen dafür zu schaffen, in der interkulturellen Kommunikation die Verhaltensweisen der anderen nicht nach den Normen und Konventionen der eigenen Kultur zu bewerten und zu interpretieren.

8 Schluß

8.1 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse

In der vorliegenden Arbeit wurden die empirischen Kommunikationserfahrungen der befragten deutschen Expatriates und Chinesen in ihrer interkulturellen Zusammenarbeit miteinander untersucht. Es stellt sich heraus, daß die bisherigen Erfahrungen der Betroffenen nicht zufriedenstellend waren. Von beiden Seiten waren Klagen und Beschwerden zu hören. Aussagen wie „*Sie werden Chinesen nie verstehen können*“¹⁸⁸ und „*Ausländer werden uns Chinesen nie wirklich verstehen*“¹⁸⁹ zeigten die Verzweiflung und Enttäuschung einiger Befragten. Tatsächlich war eine unüberwindbare Fremdheit eine Erfahrung, die viele befragte deutsche Expatriates in China machten.

Die befragten deutschen Expatriates bestätigten in den Interviews, daß sie Probleme hatten, Chinesen zu verstehen. Die sprachliche Barriere bzw. die mangelnde Fremdsprachenkompetenz wurde als ein Hauptgrund des Nichtverstehens genannt. Einen weiteren wichtigen Grund für die Kommunikationsprobleme sahen die befragten deutschen Expatriates in der Andersartigkeit der Chinesen bei der Kommunikation: Wo Deutsche eine klare und definitive Antwort erwarten, entgegneten ihnen Chinesen mit einer vagen oder abweichenden Aussage; wo Deutsche Direktheit und Offenheit erwarten, reden Chinesen um den Brei herum; wo Deutsche eine sachliche Auseinandersetzung erwarten, ziehen sich Chinesen zurück mit ihrer Meinung. Für Deutsche war das Kommunikationsverhalten ihrer chinesischen Partner oft situationsinadäquat. In den Interviews wurde z.B. der traditionelle chinesische Präsentationsstil, vor der Vorstellung der Hauptthese bzw. der zentralen Aussage zunächst alle relevanten Hintergrundinformationen darzulegen, von den befragten deutschen Expatriates als Zeitverschwendung und als „Im-Kreis-Reden“ wahrgenommen. Dies führte dazu, daß Chinesen von ihren deutschen Kommunikationspartnern oft als unehrlich oder unqualifiziert abgewertet wurden.

Die Erfahrung der befragten deutschen Expatriates zeigt auch, daß interkulturelle Kommunikationspartner nicht immer bereits mit Stereotypen in die Begegnung eintreten.

¹⁸⁸ Interview in Shanghai am 19.09.97.

¹⁸⁹ Interview in Shanghai am 18.09.97.

Stereotype entstehen häufig unbewußt während der Kommunikation und des Kontaktes miteinander. Wegen der Unkenntnisse über die fremdkulturellen Kommunikationskonventionen werden das Fremde und das Andere häufig durch eigenkulturelle Normen und aus der Eigenperspektive interpretiert. Unerwartetes Kommunikationsverhalten in der interkulturellen Begegnung führt nicht nur zu Kommunikationsproblemen, sondern auch zur Stereotypisierung und zu nationalen Vorurteilen gegenüber dem Kommunikationspartner aus einer anderen Kultur.

Die chinesischen Befragten bestätigten ebenfalls die Existenz von Kommunikationsproblemen in ihrer Zusammenarbeit mit Deutschen. Oft erlebten sie, daß sie von ihren deutschen Kommunikationspartnern nicht verstanden wurden: Botschaften, die indirekt formuliert waren, kamen bei den deutschen Gesprächspartnern nicht an; ihr Ausdruck von Höflichkeit wurden z.B. als Schmeichelei oder als Neugier bzw. Eindringen in die Privatsphäre mißinterpretiert.

Neben der Tatsache, daß die Mehrheit der bisherigen deutschen Expatriates in China die chinesische Sprache nicht beherrschte, sahen die chinesischen Befragten die Ursachen der Kommunikationsprobleme vor allem darin, daß viele deutsche Expatriates die chinesischen Kommunikationskonventionen und Gepflogenheiten nicht kennen. Nach Beobachtung der chinesischen Befragten unterscheidet sich das chinesische Kommunikationsverhalten vom deutschen Kommunikationsverhalten in vieler Hinsicht: Während Deutsche in Betriebsbesprechungen oder Mitarbeitersitzungen direkte und explizite Botschaft, Präzision und Genauigkeit beim verbalen Ausdrücken präferieren, bevorzugen Chinesen anspielende und suggestive Formulierungen; während Deutsche in der Kommunikation mit ihren Geschäftspartnern gerne direkt zur Sache kommen und keine Zeit mit Geplauder oder Vorgeplänkel verschwenden möchten, sind persönliche Beziehungen und informeller Informationsaustausch sehr wichtig für chinesische Geschäftspartner. Man wird alles tun, um seinen Geschäftspartner besser kennenzulernen.

Die Gegenüberstellung der deutschen und chinesischen Aussagen in Kapitel sechs weist eine weitgehende Übereinstimmung der Ansichten der befragten Deutschen und Chinesen über die erlebten Kommunikationsprobleme und deren Ursachen sowie beobachtbare Kommunikationsverhaltensunterschiede und mögliche Verbesserungsansätze auf. Daß

deutsche Expatriates Schwierigkeiten hatten, Chinesen zu verstehen (aber nicht umgekehrt), war nach Aussagen der Befragten das zentrale Problem der deutsch-chinesischen interkulturellen Kommunikation. Die Erfahrungen der befragten deutschen Expatriates und Chinesen zeigen, daß das chinesische Kommunikationsverhalten mehr Verständigungsschwierigkeiten als das deutsche in der deutsch-chinesischen interkulturellen Kommunikation schafft. In der vorliegenden Arbeit wurde deswegen versucht, ausgehend von den Ansätzen der interpretativen Soziolinguistik und der Ethnographie der Kommunikation die sprachlichen und soziokulturellen Einflußfaktoren des chinesischen Kommunikationsverhaltens aufzuzeigen.

In der Analyse der von den Befragten genannten Kommunikationsprobleme habe ich anhand konkreter Beispiele veranschaulicht, daß manche chinesische Sprechgewohnheiten, die den deutschen Expatriates unbegreiflich oder merkwürdig schienen, auf die grammatischen Unterschiede (beispielsweise die unterschiedliche syntaktische Struktur der Kausalsätze) im Deutschen und Chinesischen zurückzuführen sind. Da in der bisherigen Wirtschaftskommunikation zwischen Deutschen und Chinesen die Geschäftssprache in den meisten Fällen kein Chinesisch, sondern Englisch (55%) bzw. Deutsch (30%) war,¹⁹⁰ wurden die chinesischen muttersprachlichen Interferenzen von den ausländischen Kommunikationspartnern oft ignoriert oder nicht erkannt.

Die Analyse der vorliegenden Untersuchung verdeutlicht auch, daß man um das chinesische Kommunikationsverhalten zu verstehen, einige kulturspezifische gesellschaftliche Konventionen und Normen, die das Verhalten der Chinesen in ihrer alltäglichen Kommunikation und Interaktion regulieren, kennen muß. In der vorliegenden Untersuchung wurden zwei zentrale Begriffe, die eine Schlüsselfunktion für die Einsicht in die Verhaltensweisen von Chinesen haben, herausgearbeitet, nämlich *mianzi* 面子 und *guanxi* 关系. *Mianzi*, das chinesische Gesichtskonzept, unterscheidet sich distinktiv vom deutschen Gesichtskonzept. Für Chinesen bedeuten z.B. eine Einladung oder ein Angebot direkt mit einem „Ja“ zu akzeptieren, Meinungsverschiedenheit oder Unverständnis direkt mit einem „Nein“ klar zu zeigen, bei einer umstrittenen Frage einen klaren Standpunkt einzunehmen, in der Regel gesichtsbedrohend. Aus deutscher Sicht ist das chinesische Kommunikationsverhalten deswegen oft verwirrend, unverständlich und irrational. Die

¹⁹⁰ Eigene Statistiken nach der Befragung.

Interviewaussagen der Befragten bestätigen, daß in Konfliktsituationen die „irrationalen“ Kommunikationsverhaltensweisen der Chinesen dazu führen können, daß Deutsche ihren chinesischen Geschäftspartnern unterstellen, daß sie unqualifiziert, undurchschaubar, unehrlich, heuchlerisch seien oder bewußt Informationen verbergen möchten. Die Folgen der Unkenntnis und des Nichtverstehens der Kommunikationskonventionen des Partners sind daher für die Wirtschaftskommunikation viel gravierender als für interkulturelle Kommunikationssituationen in den Bereichen Tourismus, Studentenaustausch etc. Die Analyse in der vorliegenden Arbeit macht deutlich, daß viele sogenannte „chinesische Eigenschaften“, die den befragten deutschen Expatriates Kommunikationsprobleme bringen, sich durch das chinesische Gesichtskonzept (*mianzi*) erklären lassen. Die Präferenz für Indirektheit, Unbestimmtheit und Ambiguität im chinesischen Sprachgebrauch in vielen Situationen steht mit dem „*Mianzi*-Denken“ der Chinesen in engem Zusammenhang.

Guanxi, der chinesische Begriff für soziale Verbindungen und Beziehungen, stellt einen anderen wichtigen Schlüssel zum Verständnis des chinesischen Kommunikationsverhaltens dar. Nach dem *guanxi*-Prinzip teilen Chinesen ihre Mitmenschen in zwei Gruppen ein: die „eigenen Leute“ (*zijiren* 自己人) und die Außenstehenden (*wairen* 外人). In China hat man die Pflicht, Personen, zu denen man durch *guanxi* verbunden ist, zu helfen und Gunst und Vorteile zu gewähren. Das ist moralisch nicht anfechtbar. Personen, zu denen man keine *guanxi* hat, sind unwichtig und werden mit Gleichgültigkeit behandelt. Die von den befragten deutschen Expatriates und Chinesen erwähnte wichtige Bedeutung von informeller und persönlicher Kommunikation in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit mit Chinesen ist durch die wichtige Bedeutung von *guanxi* in der chinesischen Gesellschaft zu erklären. Informelle und persönliche Kontakte sind nämlich die besten und effektivsten Wege, *guanxi* aufzubauen. Der von den befragten Chinesen genannte personen- und beziehungsorientierte Kommunikationsstil der Chinesen ist ebenfalls auf das *Guanxi*-Denken der Chinesen zurückzuführen.

Die exemplarische kontrastive Analyse in Kapitel sieben zeigt deutliche Unterschiede im Sprechverhalten der deutschen und chinesischen Befragten bei der Partnerbewertung. Während die deutschen Befragten in den Interviewgesprächen ihren chinesischen Partner sehr direkt kritisieren und die negativen Eigenschaften des Partners stets hervorheben, betten die chinesischen Befragten ihre Kritik immer in die positive Bewertung ein, und die

chinesischen Aussagen über negative Eigenschaften des Partners weisen wesentlich mehr Abschwächungsmarkierungen als die deutschen Aussagen auf.

Ich muß zugeben, daß der Polaritätsvergleich zwischen dem deutschen und dem chinesischen Kommunikationsverhalten in der Analyse zu einem gewissen Schematismus der Betrachtungsweise tendiert. Deswegen muß hier darauf hingewiesen werden, daß die Beschreibung des Kommunikationsverhaltens in der vorliegenden Arbeit bloß die Tendenz abbildet und nicht für jeden einzelnen Fall zutrifft. Selbstverständlich sind auch innerhalb einer Sprachgemeinschaft erhebliche Unterschiede zwischen den Kommunikationsstilen der einzelnen Personen zu beobachten. Es gibt sicher Chinesen, die sehr direkt und offen ihre Meinung äußern, und Deutsche, die in vielen Situationen eine indirekte und subtile Antwort vor einem klaren „Ja“ oder „Nein“ bevorzugen. Die individuellen Unterschiede sollten jedoch nicht mit den kulturellen Prägungen verwechselt werden. Ebenso wie sich zwischen Süd- und Norddeutschen Ähnlichkeiten finden lassen, die auf ein gemeinsames kulturelles Erbe zurückzuführen sind, gibt es auch einige Merkmale, die allen Chinesen gemeinsam sind. Kenntnisse über die fundamentalen kulturellen Unterschiede können einem in der interkulturellen Kommunikation helfen, die individuelle Persönlichkeitsprägung von der kulturellen Prägung zu unterscheiden.

Nicht zuletzt sei hier noch auf die Historizität der Untersuchungsergebnisse hingewiesen. Die vorliegende Studie, die primär auf zwei Befragungen im Jahr 1997 und 1999 basiert, hat die Kommunikationsprobleme zwischen deutschen Expatriates und Chinesen am Ende des 90er Jahre untersucht. Die Aussagen der Befragten widerspiegeln nur die Erfahrungen und Meinungen der Beteiligten in der damaligen Zeit. Es ist nicht das Ziel der vorliegenden Arbeit, allgemeingültige Regeln für das deutsch-chinesischen interkulturelle kommunikationsphänomen ausfindig zu machen. Denn Kultur ist keine statische Größe, und die Problematik der deutsch-chinesischen interkulturellen Kommunikation ändert sich stets mit der Zeit und der sozialen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung der beiden Gesellschaften. Die Öffnung der chinesischen Gesellschaft und die Globalisierung der Weltwirtschaft bringen unvermeidlich die Annäherung der westlichen und der chinesischen Kultur. In den Großstädten Chinas ist heutzutage besonders bei der jungen Generation eine Verwestlichung der Lebens- und Verhaltensweise zu beobachten. Mit der Zunahme der internationalen Kommunikationserfahrungen der Deutschen und Chinesen und

mit der Intensivierung der interkulturellen Kontakte ist eine bessere Verständigung zwischen deutschen Expatriates und Chinesen in Aussicht. Die oberflächliche Internationalisierung verstellt allerdings leicht den Blick auf die kulturellen Divergenzen. Aus anthropologischer Sicht werden kulturelle Unterschiede auch trotz der Kontakte und Gespräche der Völker weiterhin bleiben. In diesem Sinne können die Untersuchungsergebnisse meiner Arbeit auch zum Verständnis der gegenwärtigen und der zukünftigen deutsch-chinesischen Kommunikationsproblematik beitragen.

8.2 Verbesserungsvorschläge für die Vorbereitung künftiger deutscher Expatriates in China

Den Aussagen unserer Befragten folgend war die Vorbereitung der bisherigen deutschen Expatriates für ihren Chinaeinsatz unzureichend. Abgesehen von den neun Sinologen kam Zweidrittel der befragten deutschen Expatriates ohne jegliche Vorbereitung nach China. Diejenigen, die „vorbereitet“ waren, haben maximal einen mehrwöchigen Sprachkurs und/oder ein mehrtägiges landeskundliches bzw. interkulturelles Seminar absolviert. Dagegen gibt es seit gut zwanzig Jahren in den USA und Kanada trotz der Tatsache, daß Englisch die internationale Geschäftssprache ist, die Tradition, daß Unternehmen ihren angehenden Expatriates Ausbildungsmöglichkeiten für sprachliche Vorbereitungen und interkulturelle Trainings anbieten (vgl. Müller 1991:28 u. Nagels 1996:83). Im folgenden werden aufgrund der Ergebnisse dieser Untersuchung einige Verbesserungsvorschläge für die Vorbereitung künftiger deutscher Expatriates in China gegeben.

8.2.1 Fremdsprachliche Vorbereitung

Die Mehrheit der befragten deutschen Expatriates schätzte das Lernen der Grundkenntnisse der chinesischen Sprache als nützlich ein. Eine dreimonatige intensive Sprachausbildung in der chinesischen Sprache vor der Abreise ist ihrer Ansicht nach nicht nur wünschenswert sondern auch notwendig und sinnvoll für einen Chinaeinsatz, der über ein Jahr hinausgeht. Für diejenigen, die nicht in Großstädte entsandt werden, ist eine sprachliche Vorbereitung von mindestens drei Monaten sogar unumgänglich. Die Erfahrungen der befragten deutschen Expatriates zeigen, daß man innerhalb von drei Monaten zwar nicht fließend

Chinesisch sprechen lernen kann, aber mit Hilfe von erfahrenen Sprachlehrern durch ein dreimonatiges intensives Training solide Grundkenntnisse der Sprache erwerben kann, auf denen man später je nach Bedarf und Möglichkeit weiter aufbauen kann.

Die fremdsprachliche Vorbereitung für die künftigen deutschen Expatriates in China muß zielgerichtet sein. Das Sprechen und das Hören und nicht das Schreiben und Lesen sind Schwerpunkte des Lernens. Damit man schnell das Sprechen von alltäglichen Vokabeln, Begrüßungsfloskeln und Ausdrücken des Chinesischen lernt, soll man mit *pinyin* – der lateinischen Umschrift für Chinesisch – beginnen. Nachdem die Sprachlerner mit dem *Pinyin*-System vertraut sind, kann man ihnen das Erkennen von chinesischen Zeichen beibringen. Die Individuen können dann je nach Bedarf und Interesse selbst entscheiden, wieviel Zeit und Energie sie darin investieren würden, chinesische Zeichen zu lernen. Wenn man später keine chinesischen Texte und schriftlichen Dokumente lesen möchte oder muß, kann man sich mit dem Erkennen einiger weniger Zeichen begnügen. Auf das Lernen des Schreibens der chinesischen Zeichen können deutsche Expatriates grundsätzlich verzichten, zum einen weil heutzutage man mit Hilfe von Softwareprogrammen Chinesisch schreiben kann, zum anderen ist es eher unwahrscheinlich, daß diese Fähigkeit von deutschen Expatriates in China in ihrer Arbeit verlangt wird.

Die Aneignung der Grundkenntnisse kann den Expatriates ihr Alltagsleben in China erleichtern, was wiederum positiv auf die Arbeit ausstrahlt. Andererseits bezeugen Sprachkenntnisse den Willen und die Bereitschaft des Ausländers, sich auf China einzustellen, was von den Chinesen begeistert aufgenommen wird. Die Beschäftigung mit der Fremdsprache leitet auch die Auseinandersetzung mit den Kulturunterschieden ein, denn die sprachliche Andersartigkeit verstärkt die Motivation der Fremdsprachenlerner, fremdkulturelle Normen, Denkweise und Kommunikationskonventionen kennenzulernen.

Da in der interkulturellen Kommunikation die Erwartungen an den die Fremdsprache Beherrschenden in der Regel höher sind als an Kommunikationspartner, die ihrer nicht mächtig sind, soll das fremdsprachliche Training für künftige deutsche Expatriates kulturorientiert sein. Einem deutschen Expatriate, der Chinesisch lernt, muß z.B. schon beim Lernen des chinesischen Grußes „*nihao*“ 你好 (*guten Tag*) erklärt werden, welche Unterschiede es zwischen dem deutschen und dem chinesischen Anrede- und Grußverhalten

gibt. Er muß wissen, daß mit *nihao* in der Tat nur Fremde (vor allem Ausländer) und Nichtvertraute begrüßt werden. Bekannte und Freunde begrüßt man in China in der Regel mit einer Frage, die je nach Situation variiert. Zu Mahlzeiten grüßt man beispielsweise gern mit der Frage „Haben Sie gegessen?“ (*Chifan le ma* 吃饭了吗?) Auf der Straße grüßt man oft mit der Frage „Machst du Einkäufe?“ (*Caigou a* 采购啊?) oder „Wohin gehst du?“ (*Qu na'er* 去哪儿?) Wenn zwei Personen sich lange nicht gesehen haben, grüßt die eine die andere mit der Frage „Womit beschäftigst du dich in der letzten Zeit?“ (*Zuijin zai mang shenme ne* 最近在忙什么呢?) Das chinesische Wort für „grüßen“ (*wenhou* 问候) bedeutet ursprünglich „Fragen nach dem Zustand“. Die Fragen nach der Tätigkeit bzw. nach der beruflichen Situation des Gegenübers sind Ausdruck von Anteilnahme und „Herzensfürsorge“ (*guanxin* 关心). Die Grußfragen verlangen zwar eine Erwiderung, da sie jedoch nicht als richtige Fragen, sondern eher als Höflichkeitsfloskeln zu verstehen sind, braucht die Antwort keinesfalls den Tatsachen zu entsprechen. Deutsche sollten die chinesischen Grußfragen deswegen nicht als Zeichen der Neugier oder Aufdringlichkeit des chinesischen Partners interpretieren.

Beim Lernen der chinesischen Sprache müssen deutsche Expatriates gleichzeitig lernen, zwischen Äußerungen und Intentionen bzw. ihrer Funktionen zu unterscheiden. Fragen nach der persönlichen und gesellschaftlichen Biographie in der Phase des Kennenlernens hat eine gesprächseröffnende Funktion. Mit Hilfe solcher Kennenlern-Fragen möchte der Fragende sein Interesse am anderen bekunden und eine persönliche Beziehung zum anderen herstellen. Außerdem glauben Chinesen, daß man sich dem Gesprächspartner gegenüber nur dann sozial korrekt und höflich verhalten kann, wenn man sein Alter, seinen Familienstand, seinen sozialen Status, seinen Bildungsstand sowie seine Gruppenzugehörigkeit kennt.

Zur chinesischen Höflichkeit gehört auch die Untertreibung. Wird ein deutscher Expatriate von einem Chinesen zum „*chi bianfan*“ 吃便饭, wörtlich „essen, was es gerade gibt“, eingeladen, sollte er wissen, daß ihn in der Regel ein mehrgängiges Essen oder sogar ein üppiges Festmahl erwartet. Dagegen ist die deutsche Einladung „auf ein Gläschen Wein“ mehr wörtlich zu nehmen (Oksaar 1991: 22).

Damit die künftigen Expatriates innerhalb sehr kurzer Zeit die notwendigen fremdsprachlichen und fremdkulturellen Kenntnisse erwerben können, muß man auch

besonders auf die Qualifikation der Fremdsprachlehrer achten. Nicht jeder, der Chinesisch spricht, ist in der Lage, die chinesische Sprache zu unterrichten. Nur professionelle Institutionen, die sich auf intensive chinesische sprachliche Ausbildung spezialisiert sind, sind den Erfahrungen der Befragten folgend zu empfehlen. Sowohl in Deutschland als auch in China gibt es solche Institutionen. Außerdem sollte man bei der Auswahl der Expatriates nicht nur die fachliche Kompetenz sondern auch die fremdsprachliche Fähigkeit und Interessen des Kandidaten berücksichtigen. So sehr einer auch fachlich qualifiziert sei, fehlt ihm die Fähigkeit, mit ausländischen Partnern effektiv zu kommunizieren und sich zu verständigen, ist er nicht geeignet für einen Auslandseinsatz.

8.2.2 Interkulturelle Vorbereitung

Unsere empirische Untersuchung bestätigt, wegen mangelnder interkultureller Kompetenz und Kenntnissen über Kulturunterschiede werden kulturbedingte Kommunikationsprobleme oft von den Kommunikationspartnern subjektiv umgedeutet und der Persönlichkeit des Partners (z.B. der mangelnden Motivation des chinesischen Mitarbeiters oder der Arroganz des deutschen Vorgesetzten) zugeschrieben; oder sie werden übergeneralisiert und mit allgemeingültigen nationalen Charakteristika des Partners (z.B. Unehrllichkeit der Chinesen, Ungeduld der Deutschen) begründet. Besonders in Situationen, in denen man die gesprochenen Wörter des Partners versteht (z.B. durch eine gemeinsame dritte Sprache), werden konzeptuelle Differenzen und verschiedene Orientierungsmuster stets ignoriert. Da kulturbedingte Kommunikationsprobleme in der Regel negativere Auswirkungen für die Beziehungen und Zusammenarbeit der Kommunikationspartner als rein sprachliche Probleme haben, ist eine interkulturelle Vorbereitung für die künftigen deutschen Expatriates sehr empfehlenswert.

Die in den Interviews am häufigsten genannte interkulturelle Vorbereitungsmaßnahme war der Besuch eines interkulturellen Seminars. Obwohl die Mehrheit der Befragten, die selbst an einem interkulturellen Seminar teilgenommen hatten, die interkulturellen Seminare generell positiv bewertete, wiesen viele Befragte auch auf die Probleme in den bisherigen interkulturellen Seminaren hin: Manche Inhalte der Seminare waren überholt und manches stimmte einfach nicht. Ein Befragter berichtete z.B., in einem Seminar wurde erzählt, daß man in China „nicht mit einer geblühten Krawatte herum laufen soll“, und daß jemand,

wenn er einen Doppelnamen hat, „immer darauf bestehen sollte, daß das nicht durch die Frau gekommen ist, sondern daß das seit fünf Generationen so ist.“¹⁹¹ Ein anderer Expatriate meinte, manche Schulungen „verderben eher die Leute“, weil die Trainierenden sich später „krampfhaft bemühen“, nach den erzählten Regeln zu leben und „bei Chinesen auf Unverständnis stoßen“.¹⁹²

Die Expatriates können also durch die rein „fakten-orientierten“ interkulturellen Seminare auf die falsche Fährte gelockt werden. Stellen wir uns es vor, einem deutschen Expatriate wurde erzählt, daß Chinesen bei einer Essenseinladung in der Regel zunächst dreimal mit einem „Nein“ ablehnen und erst nach dem vierten Angebot „Ja“ sagen würden. Der Expatriate wendet später diese Regel mechanisch an, und wundert sich dann darüber, daß nachdem er eine Einladung dreimal abgelehnt hat, sein chinesischer Partner kein Angebot mehr macht. Bei der interkulturellen Vorbereitung geht es also nicht darum, den angehenden Expatriates einen Geschäftsknigge zu vermitteln, nach dem sie in China keine geblümete sondern schräggestreifte Krawatte tragen und daß sie hier „Ja“ und dort „Nein“ sagen sollten. Der Zweck der interkulturellen Vorbereitung besteht darin, das Bewußtsein und die Sensibilität der angehenden Expatriates für Kulturunterschiede zu verstärken, und die Fähigkeit zu erwerben, sich von der eigenen ethnozentrischen Sicht zu distanzieren und unbekanntes bzw. unverständliches Verhalten zu akzeptieren, statt es als schlecht, unsinnig oder bedeutungslos zu bewerten (Müller 1991:36).

Da interkulturelle Kommunikation sehr komplexe Kulturkenntnisse, Erschließungsfähigkeit und Kommunikationsstrategien erfordert, sollten künftige deutsche Expatriates in der interkulturellen Vorbereitung nicht nur kulturspezifische Kommunikationsverhaltensunterschiede und einfache Regeln wie „mache es“ und „mache es nicht“ lernen, sondern auch soziokulturelles Hintergrundwissen und Prämissen für die Kommunikationsverhaltensweisen erwerben, um zu verstehen, warum sich Chinesen in bestimmten Kommunikationssituationen anders als Deutsche verhalten. Richten sich deutsche Expatriates in der interkulturellen Kommunikation mit Chinesen nach den rigide präsentierten Regeln, würden sie eher scheitern als Erfolg haben.

¹⁹¹ Interview in Nanjing (Provinz Jiangsu) am 29.02.99.

¹⁹² Interview in Shanghai am 26.09.97.

In vielen bisherigen interkulturellen Seminaren für angehende deutsche Expatriates wird vermittelt, wie Chinesen sind. Die Erfahrung unserer Befragten zeigt jedoch, daß es in der interkulturellen Kommunikation mit Angehörigen aus einer fremden Kultur wenig hilft, zu erkennen bzw. zu erfahren, wie anders die Fremden sind. Viel wichtiger sind die Fähigkeiten, bestimmte Verhaltensweisen des Kommunikationspartners zu deuten und zu übersetzen, und mit der eigenen Wahrnehmung des Anderen umgehen zu können. Konkretisiert für deutsche Expatriates heißt das, daß es wichtig für sie ist, zu erfahren, wie sie typische chinesische Verhaltensweisen interpretieren sollen, und auch zu wissen, wie sie selber die Chinesen sehen, auf welche Stereotype sie in China treffen und wie sie auf die chinesischen Verhaltensweisen reagieren sollen. Nicht zuletzt geht es bei der interkulturellen Vorbereitung auch um die Reflexion darüber, wie das eigene Verhalten auf chinesische Kommunikationspartner wirken kann.

Damit die künftigen deutschen Expatriates bereits in der interkulturellen Vorbereitung reale Kommunikationsprobleme erleben und sie lösen lernen, ist m. E. der Einbezug des chinesischen Partners in die Vorbereitung sinnvoll. In Rollenspielen und simulierten Verhandlungen oder Betriebssitzungen können die künftigen Kommunikationspartner mit Hilfe eines Trainers fremdkulturelle Einflußfaktoren, unterschiedliche kulturelle Orientierungen und Verhaltensweisen aufspüren, diskutieren, über das eigene Verhalten reflektieren und Lösungsmöglichkeiten erarbeiten. Dabei lernt man die zugrundeliegenden kulturellen Konzepte des fremden Verhaltens kennen, gleichzeitig erfährt man, wie das eigene Verhalten vom ausländischen Partner wahrgenommen und interpretiert wird.

Für die individuelle private Vorbereitung ist den künftigen deutschen Expatriates auch zu empfehlen, Bücher über die chinesische Geschichte zu lesen, denn ohne deren Kenntnisse kann man das heutige China und die Menschen dort nicht verstehen. Man muß z.B. die Kulturrevolution und deren Ausmaß und Folgen kennen, um die chinesischen Kollegen, die über vierzig sind, besser zu verstehen. Wegen ihrer schlechten Erfahrung in der Kulturrevolution äußern die älteren Chinesen ihre Meinung oder Gedanken selten offen und direkt, weil sie teilweise heute immer noch Angst davor haben, daß irgendwann die Kontrolle wieder zu stark werden könnte.¹⁹³

¹⁹³ Interview in Shanghai am 18.09.97.

8.3 Ausblick

Basierend auf den Interviewaussagen der befragten deutschen Expatriates und Chinesen wurden im Rahmen dieser Arbeit die interkulturellen Kommunikationserfahrungen der Beteiligten aufgezeigt und untersucht. Die von den Befragten erwähnten Kommunikationsprobleme und beobachteten Kommunikationsverhaltensunterschiede zwischen Deutschen und Chinesen sollten durch weitere Untersuchungen überprüft und mit Forschungen über Kommunikationsprobleme zwischen deutschen und chinesischen Studenten oder Wissenschaftlern u.a. verglichen werden. Es stellt sich die Frage, ob und wie das Alter, das Geschlecht, der soziale Status, die Ausbildung, die regionale Abstammung, der Dialekt und andere Faktoren neben des kulturellen Einflusses auf die deutsch-chinesische interkulturelle Kommunikation auswirken.

Da interkulturelle Kommunikation für die Beteiligten einen Lernprozeß bedeutet, könnte eine Langzeitstudie durch eine Feldforschung in einem deutsch-chinesischen Gemeinschaftsunternehmen untersuchen, ob und wie sich die Kommunikationsproblematik zu Beginn und nach einigen Jahren der Zusammenarbeit ändert, ob eine Anpassung des Kommunikationsverhaltens von beiden Seiten stattfindet und welche Folgen die Kommunikationsprobleme langfristig für die Zusammenarbeit haben.

Durch Experimente oder Analyse authentischer Gesprächsaufnahmen sollte in der Zukunft erforscht werden, welche konkreten Kommunikationssituationen und Sprechakte besonders anfällig für Mißverständnisse und Verständigungsprobleme in der deutsch-chinesischen interkulturellen Kommunikation sind. Eingehende Analysen der kulturspezifischen Bedeutungen von einzelnen Sprechakten im Deutschen und Chinesischen und Untersuchungen über die unterschiedlichen Erwartungen, die die deutschen und die chinesischen Kommunikationspartner bei konkreten Kommunikationssituationen wie Argumentieren, Komplimentieren, Kritisieren, um Hilfe Bitten, Standpunkt-Nehmen, Meinungsverschiedenheit-Äußern u.a. haben, sind ebenfalls notwendig, um die Kommunikation zwischen Deutschen und Chinesen zu verbessern.

Literaturverzeichnis

- Abegg, Lily (1949): Ostasien denkt anders. Zürich.
- Adamzik, Kirsten (1984): Sprachliches Handeln und sozialer Kontakt. Zur Integration der Kategorie „Beziehungsaspekt“ in eine Sprechtheoretische Beschreibung des Deutschen. Tübingen.
- Ammon, Ulrich / Dittmar, Nobert u.a. (1987): HSK Soziolinguistik. Hrsg. von Huger Steger und Herbert Ernst Wiegand. Berlin u.a.
- Auer, Peter (1986): Kontextualisierung. In: Studium Linguistik. 19. 22-47.
- Barres, Egon (1974): Das Vorurteil in Theorie und Wirklichkeit. Ein didaktischer Leitfadens für Sozialkundeunterricht und politische Bildungsarbeit. Opladen.
- Bergmann, Jörg R. (1988): Ethnomethodologie und Konversationsanalyse. Hagen.
- Bergmann, Jörg R. (1994): Ethnomethodologische Konversationsanalyse. In: Fritz, G. /Hundsnurscher, F.: Handbuch der Dialoganalyse. Tübingen. 3-16.
- Brislin, Richard Walter (1981): Cross-cultural Encounters. Face-to-face Interaction. New York.
- Brown, Penelope / Levison, Stephen C. (1987): Politeness. Some Universals in Language Usage. Cambridge.
- Busch, Karl (1987): „Entwicklung eines Joint Ventures im Maschinenbau aus der Sicht eines mittelständigen deutschen Unternehmens“. In: Erich Frese / Gert Laßmann: China als Markt und Kooperationspartner. Düsseldorf u. a.
- Byrnes, Heidi (1986): „Interactional style in German and American conversation“. In: Text 6 (2), 189-206.
- Coulmas, F (Ed.) (1981): Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech. The Hague.
- Drosdowski, Günther (Hg.) (1980): Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache. 6 Bde. Mannheim.
- Drosdowski, Günthnr (Hg.): Duden Bd. 4. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache. Mannheim. 4. völlig neu bearb. u. erw. Aufl. 1984.
- Ehrlich, Howard J. (1979): Das Vorurteil. Eine sozialpsychologische Bestandaufnahme der Lehrmeinungen amerikanischer Vorurteilsforschung. München u.a.
- Ertelt-Vieth, Astrid (1990): Kulturvergleichende Analyse von Verhalten, Sprache und Bedeutungen im Moskauer Alltag. Frankfurt/M.

- Faßler, Manfred (1997): Was ist Kommunikation. München.
- Goodenough, William Howley (1967): „Cultural Anthropology and Linguistics“, in Dell Hymes (Hg.), Language in Culture and Society. A Reader in Linguistics and Anthropology. New York. 36-39.
- Granet, Marcel (1963): Das chinesische Denken. Inhalt Form Charakter. München.
- Günthner, Susanne (1993): Diskursstrategien in der interkulturellen Kommunikation. Analysen deutsch-chinesischer Gespräche. Tübingen.
- Hall, Edward T. (1989): Beyond Culture. New York. 4. Aufl.
- Hartung, Wofdietch (Hrsg.) (1991): Kommunikation und Wissen. Annäherungen an ein interdisziplinäres Forschungsgebiet. Berlin.
- Heberer, Thomas (1991): Korruption in China. Analyse eines politischen, ökonomischen und sozialen Problems. Opladen.
- Hinnenkamp, Volker (1992): „Interkulturelle Kommunikation und Interaktionale Soziolinguistik – eine notwendige Allianz“. In: Horst Reimann: Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft. Theorie und Pragmatik globaler Interaktion. Opladen. 124-173.
- Ho, David Yau-fai (1976): „On the Concept of Face“. In: American Journal of Sociology. 81/1976.
- Hofstede, Geert (1980): Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills.
- House, Juliane (1996): „Contrastive discourse analysis and misunderstanding: The case of German and English“. In: Marlis Hellinger und Ulrich Ammon (Hrsg.): Contrastive Sociolinguistics. Berlin/New York. (Contributions to the Sociology of Language 71) 345-361.
- Hu, Hsien Chin (1944): „The Chinese Concept of ‚Face‘“. In: American Anthropologist 46/1944. 45-64.
- Hymes, Dell H. (1979): Soziolinguistik. Zur Ethnographie der Kommunikation. Frankfurt/M.
- Hymes, Dell (1974): Foundations in Sociolinguistics. An Ethnographic Approach. Philadelphia.
- Institut für Interkulturelles Management (1995): Interkulturelles Personalmanagement. Internationale Personalentwicklung, Auslandsentsendungen, interkulturelles Training. Wiesbaden.

- Kallmeyer, Werner (Hg.) (1995): Ethnographien von Mannheimer Stadtteilen. Berlin u.a. (Schriften des Instituts für deutsche Sprache, Bd. 4.2)
- Kallmeyer, Werner (Hg.) (1994): Exemplarische Analysen des Sprachverhaltens in Mannheim. Berlin u.a. (Schriften des Instituts für deutsche Sprache, Bd. 4.1)
- Kaplan, Robert B. (1966): „Cultural Thought Patterns in Intercultural Education.“ In: *Language Learning* (16). 1-20.
- Kim, Young Yun / Gudykunst, William B. (1988) (Ed.): *Theories in Intercultural Communication*. Newbury Park u.a.: Sage. (International and Intercultural Communication Annual, Volume XII).
- Klug, Fiepko T. (1997): „Das Chinesische Beziehungsgeflecht und seine Bedeutung im internationalen Bankgeschäft“. In: Joh. Heinrich v. Stein (Hg.): *Das Finanzsystem Chinas im Wandel*. Frankfurt/M.
- Knapp, Karlfried (1996): „Interpersonale und interkulturelle Kommunikation“, in Niels Bergemann / Andreas L. J. Sourisseaux (Hg.): *Interkulturelles Management*. 2. Aufl. Heidelberg. 58-79.
- Kong, Deming (1993): *Textsyntax. Untersuchungen zur Satzverknüpfung und Satzanknüpfung in der deutschen Gegenwartssprache*. Würzburg. (Würzburger Beiträge zur deutschen Philologie 10)
- Kotthoff, Helga (1989): *Pro und Kontra in der Fremdsprache. Pragmatische Defizite in interkultureller Argumentation*. Frankfurt/M.
- Kroeber, Alfred L. / Kluckhohn, Clyde (1952): *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions*. Massachusetts.
- Leonhoff, Jens (1992): *Interkulturelle Verständigung. Zum Problem grenzüberschreitender Kommunikation*. Opladen.
- Levinson, Stephen C. (1994): *Pragmatik*. Tübingen: Niemeyer. 2. Aufl.
- Liang, Shuming (1963): *Zhongguo wenhua yaoyi* [Wesentliche Charakterzüge der Chinesischen Kultur]. Hongkong.
- Liang, Yong (1991): Zu soziokulturellen und textstrukturellen Besonderheiten wissenschaftlicher Rezensionen. Eine kontrastive Fachtextanalyse Deutsch/Chinesisch. In: *Deutsche Sprache* 1991, H. 4, 289-311.
- Liang, Yong (1992): „Höflichkeit als interkulturelles Verständigungsproblem. Eine kontrastive Analyse Deutsch / Chinesisch zum kommunikativen Verhalten in Alltag und Wissenschaftsbetrieb“. In: *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache* 18, 65-86.

- Liang, Yong (1998): Höflichkeit im Chinesischen. Geschichte – Konzept – Handlungsmuster. München.
- Lin, Yutang (1935): Mein Land und mein Volk. Stuttgart.
- Linton, Ralph (1974): Gesellschaft, Kultur und Individuum. Frankfurt/M.
- Macgowan, J. (1912): Men and Manners of Modern China. London.
- Maletzke, Gerhard (1996): Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen. Opladen.
- Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal], 1(2). Abrufbar über: <http://qualitative-research.net/fqs/fqs-d/2-00inhalt-d.htm> [Zugriff: 13.08.01].
- Meggler, Georg (1997): Grundbegriffe der Kommunikation. Berlin.
- Merten, Klaus (1977): Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse. Opladen.
- Müller, Bernd-Dietrich (1991): Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. München. (Studium Deutsch als Fremdsprache – Sprachdidaktik Bd. 9)
- Nagels, Kerstin (1996): Interkulturelle Kommunikation in der Deutsch-Chinesischen Zusammenarbeit. Bremen. (Schriftenreihe des Fachbereiches Wirtschaft der Hochschule Bremen 57)
- Oksaar, Els (1991): Problematik im interkulturellen Verstehen. In: Bernd-Dietrich Müller: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. München. (Studium Deutsch als Fremdsprache – Sprachdidaktik Bd. 9). 13-25.
- Pike, Kenneth L. / Harris, Marvin (Hrsg.) (1990): Emics and Etics. Newbury Park, CA.
- Sader, Karoline (1999): Deutsche Mitarbeiter in China: Eine Analyse und Bewertung verschiedener Akkulturationsmuster. Berlin.
- Sandig, Barbara (1986): Stilistik der deutschen Sprache. Berlin/New York.
- Schröder, Hartmut (1998): „Ethnozentrismus, Stereotype und Lakunen - Methodologische Überlegungen zur Analyse interkultureller Kontaktsituationen“. In: Hans Uske; Hermann Völlings u.a. (Hg.): Soziologie als Krisenwissenschaft - Festschrift zum 65. Geburtstag von Dankwart Danckwerts. Köln 1998 [Politische Soziologie Band 11.] 41-56.
- Schwitalla, Johannes (1995): Kommunikative Stilistik zweier sozialer Welten in Mannheim-Vogelstang. Berlin u.a.
- Smith, Arthur H. (1986): Chinese Characteristics. Singapore.
- Tang, Zailiang / Reisch, Bernhard (1995): Deutsch-Chinesisches Management.

- Problemfelder - Analysen - Lösungen. Bad Honnef.
- Tannen, Deborah (1979): *Process and Consequences of Conversation Style*. Dissertation, University of California at Berkeley.
- Thomas, Alexander (1995): „Analyse der Handlungswirksamkeit von Kulturstandards“. In: *Psychologie Interkulturellen Handelns*. Göttingen. 107-135.
- Tiittula, Lisa (1995): *Kulturelle Unterschiede im mündlichen und schriftlichen Gebrauch von Sprache*. In: Wolfgang Raible (Hrsg.): *Kulturelle Perspektiven auf Schrift und Schreibprozesse*. Tübingen. 233-257.
- Tiittula, Lisa (1997): „Kontrastive Diskursforschung“. In: Karmo Korhonen / Georg Gimpl (Hrsg.): *Der Ginko-Baum. Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa*. 15. F. Helsinki. 153-166.
- Ting-Toomey, Stella (1988): „Intercultural Conflict Styles: A Face - Negotiation Theory“. In: Y.Y. Kim, W. B. Gudykunst (Hg.), *Theories in Intercultural Communication*. Newbury Park. 213-235.
- Ting-Toomey, Stella (1999): *Communicating Across Cultures*. New York u.a.
- Tylor, Edward. B (1873): *Die Anfänge der Kultur. Untersuchungen über die Entwicklung der Mythologie, Philosophie, Religion, Kunst und Sitte*. Leipzig.
- Watzlawick, Paul / Beavin, Janet Helmick u.a. (1967): *Pragmatics of Human Communication. A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York.
- Watzlawick, Paul / Beavin, Janet Helmick u.a. (1990): *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern u.a., 8. unveränd. Aufl. (Übersetzung aus dem Englischen).
- Weber, Ursula (1984): „Theoretische und empirische Probleme und Grenzen der Textklassifikation.“ In: Inger Rosengren (Hg.): *Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1984 (Lunder germanistische Forschung 53)*. Stockholm. 109-116.
- Yang, Mayfair Mei-hui (1994): *Gifts, Favors & Banquets: The Art of Social Relationship in China*. Ithaca & London.
- Yin, Lanlan (1999): *Interkulturelle Argumentationsanalyse. Strategieuntersuchung chinesischer und deutscher Argumentationstexte*. Frankfurt/M u.a. (Werkstattreihe Deutsch als Fremdsprache 65)
- Young, Linda W. L. (1994): *Crosstalk and Culture in Sino-American communication*. Cambridge.

Zhang, Xiang (1997): Erfolgreich verhandeln in China. Risiken minimieren, Verträge optimieren. Wiesbaden.

Zhou, Huijuan (1995): „情,不能虚写,要升华才是最美“ (*Qing, buneng xuxie, yao shenhua caishi zuimei*) [*Gefühle kann man nicht vortäuschen, sie wären am schönsten, wenn sie verfeinert würden*]. Abrufbar über <http://www.hxwz.com/HXWZ/CM95/cm9507a.hz8.html>. [Zugriff: 08.05.02].

Anhang

Lebenslauf

Name: Hongxia Shi
Geburtstag u. -ort: 02.10.67 in Jiangsu, China
Staatsangehörigkeit: Chinesisch
Familienstand: Verheiratet, ein Sohn

Schulbildung: 1974-1979 Grundschule in Jiangsu, China
1979-1982 Mittelschule in Jiangsu, China
1982-1984 Obermittelschule in Shanghai, China

Ausbildung: 1985-1989 Studium an der Tongji-Universität, Shanghai
Studienfach Fachdeutsch, Abschluß mit Bachelor-Diplom
1993-1994 Studium an der Universität Konstanz
Studienfächer Deutsche Sprachwissenschaft u. Deutsche
Literaturwissenschaft
1994-1996 Aufbaustudium an der Julius-Maximilians-
Universität Würzburg, Studiengang Germanistik als
Fremdsprachphilologie, Abschluß mit Aufbaustudium-
Zeugnis
1997-2003 Promotion an der Julius-Maximilians-
Universität Würzburg, Studienfächer Germanistik u. Sinologie

Berufliche Tätigkeit: 1989-1993 Deutschlektorin an der Fremdsprachenfakultät
der Jiaotong-Universität Shanghai, China
1997-2000 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für
Kulturwissenschaften Ost- und Südasiens – Sinologie,
Universität Würzburg
2001 Chinesischlektorin am Fremdspracheninstitut von
Ottawa, Kanada

Würzburg, den 03. Juni 2003