

## Tabus in China

Zwei Monate nach meinem Berufseinstieg fuhr ich als Dolmetscherin mit meinem Chef und einigen deutschen Kollegen zur APLF (der größten Ledermesse der Welt) nach Hong Kong. Als Berufsneuling war ich stolz und gespannt zugleich. Noch beim Standaufbau am ersten Tag musste ich bereits selbstständig arbeiten. Ich musste Getränke bestellen und dafür sorgen, dass die Optik unseres Stands nach dem Wunsch meines Chefs verbessert würde, etwa an bestimmten Stellen statt kurzarmige Beleuchtungen die langarmigen anbringen, die Kabine um zwei Bauelementbreiten vergrößern und einen überflüssigen Schrank vom Stand entfernen zu lassen. So bin ich die ganze Zeit durch die riesigen Messehallen gelaufen, um die verschiedenen Messebauteams (Elektronik-, Möbel- und Messestandbaufirma) zu finden. Als ich zurückkam, waren meine deutschen Kollegen schweißgebadet wie gerade aus dem Schwimmbad. Alle hatten dringend das Bedürfnis, zurück ins Hotel zum Duschen zu gehen und ein Glas kalt gestelltes Bier zu trinken.

Da alle körperliche Arbeit auf dem Stand bereits getan war, habe ich die restliche Arbeit übernommen, etwa auf die Messebauleute zu warten, um ihnen die Umbauarbeit anzuweisen. Nachdem meine Kollegen weg waren, stand ein Hong Kong-Chinese plötzlich mit zwei großen Kartons vor mir. „Eine Lieferung für Stand Nr. 153. Können Sie hier unterzeichnen?“ „Aber wir erwarten keine Lieferung.“, grübelte ich und konnte mich nicht an eine erwartende Lieferung erinnern. Aber unser Firmenname und die Standnummer standen auf dem Lieferschein. Es waren Tischuhren in einer Halbkugelform mit unserem Firmenlogo - die Werbegeschenke. Zugegeben waren die Uhren in ihrer sauberen Einfachheit ein schickes Designprodukt. Aber eine Uhr als Geschenk, egal wie schick sie war, war falsch! Einfach falsch!

Hals über Kopf eilte ich zu meinem Chef, um ihn davor zu warnen, dass man den Chinesen, besonders den chinesischen Geschäftsleuten keine Uhr schenken darf. „Eine Uhr schenken heißt auf Chinesisch `Song Zong`, also `zur Beerdigung bringen`. Welcher Geschäftsmann möchte, dass man seine Firma oder Geschäfte zur Beerdigung bringt?“, erklärte ich ihm und hörte überrascht von ihm: „So ein Quatsch! Hören Sie, Sie haben hier gar nichts zu sagen!“ Die Uhren, wie ich später erfahren habe, wurden bereits vor meiner Anstellung in der Firma für die geplanten chinesischen Messen bestellt. Ein Hong Kong Katalog für Geschenk- und Werbeartikel hatte einige Seiten voller Uhren. Kein Wunder, dass er mir nicht geglaubt hatte.

Freilich habe ich nichts zu sagen, wenn es um Geschäfte geht. Aber hier handelt es sich doch um ein bekanntes Tabu in China. Ich dachte, dass es mein Job wäre, den Deutschen die

chinesische Gepflogenheit zu vermitteln, um Fehler zu vermeiden. So entschied ich mich, die Klappe zu halten und abzuwarten, dass die Deutschen in Hong Kong eine Lektion erhalten.

Die Messe begann. Meine Firma war bereits fünf Jahre in chinesischen Geschäftsbeziehungen tätig. Mehrere chinesische Kunden besuchten uns auf dem Stand und mein Chef dachte nicht mal daran, ihnen eine Uhr zu schenken. Ja, das sind unsere Kunden oder potenzielle Kunden, und wir wollen nach der Messe mit ihnen auch weiterhin Freunde bleiben und Geschäfte machen.

Dann kam ein Hong Kong-Chinese mit seinen zwei Partnern lächelnd auf uns zu und mein Chef zeigte sofort ein unfreundliches Gesicht. Er war mal unser große Kunde und jetzt nicht mehr. Gegen ihn hatte mein Chef in Hong Kong eine Klage wegen seiner Zahlungsverweigerung eingereicht. Und überhaupt, seitdem der Schlitzohr-Chinese für Ikea Sofas produzierte, kaufte er regulär Leder nur in mittelasiatischen Ländern. Auf den deutschen Ständen fragte er nur noch nach Stockwaren, die er eventuell zum halben Preis einkaufen könnte. Also ein Kunde, mit dem wir nicht mehr viel zu tun haben. Mein Chef – der alte Fuchs - sah in ihn offensichtlich ein geeignetes Versuchskaninchen. Nach einigen Floskeln holte er plötzlich eine Uhr aus und schenkte sie ihm als Werbegeschenk. „Oh nein! Eine Uhr? Eine Uhr kann ich nicht annehmen. `Song Zong, Song Zong,` heißt ja auf Chinesisch `zur Beerdigung bringen`. Das macht man in China nicht!“, ganz heftig wehrte er sich dagegen.

Ein wenig später nahm er jedoch die Uhr in die Hand, aus reiner Neugier. Die schicke Uhr ist ein geeigneter Zeitzeiger für Bürotisch und hat ihn sehr beeindruckt. Plötzlich holte er seine Geldtasche aus und drückte mir einen Hong Kong Dollar in die Hand. „Eine Uhr verschenkt man in China nicht. Eine Uhr nimmt man in China auch nicht als Geschenk. Das ist ein schlechtes Omen fürs Geschäft. Ich kaufe die Uhr mit einem Hong Kong Dollar. Ich möchte auch gerne zwei mehr mitnehmen. Hier sind nochmals zwei Hong Kong Dollar. So heißt es jetzt nicht mehr „Song Zong“, sondern „Mai Zong“ (auf chinesisches „eine Uhr kaufen“).

Unsere Uhr wurde im Laufe des Tages plötzlich ein beliebtes Werbegeschenk für die Chinesen. Jedenfalls nachdem der Schlitzohr-Chinese mit seinen Partnern weg war, verbreitete sich die Geschichte durch die Hallen. Dann kamen immer wieder mal Chinesen zu uns und fragten, ob sie auch eine Werbe-Uhr bekommen könnten, freilich gegen einen symbolischen Hong Kong Dollar. Während des Tages wurden so viel Hong Kong Dollar gesammelt, dass wir am Abend damit einige Male die Fahrfahrt von Hong Kong nach Kowloon zahlen konnten. Die restlichen Werbeuhren hat mein Chef in der Messenkiste nach

Deutschland verschiffen lassen und weiter nach Bologna (Italien). Danach haben wir in China eine schicke Seidekrawatte mit Firmenlogo als Werbegeschenk verteilt.

Auf dem Rückflug von Hong Kong traf ich einen Werbeagenturchef aus Stuttgart. „Seien Sie froh. Sie sind ja schadenfrei davon ausgekommen.“, sagte er, nachdem er meine amüsante Geschichte gehört hatte: „Tabus nicht zu beachten ist immer ein teures Vergnügen. Wenn ich vor einigen Jahren einen Chinesen als Berater hätte, hätte ich einen Schaden in der Höhe von einer Million D-Mark verhindern können.“ Dann erzählte er mir seine Geschichte. Vor einigen Jahren hatte er von Daimler Chrysler den Werbeauftrag bekommen, eine Werbebroschüre für den asiatischen Raum für den Mercedes S500 zu entwerfen. Da ein schwarzer Mercedes mit einem Nummerschild mit Endziffer „444“ zum Casting zur Verfügung gestellt wurde, hat die Werbefirma einfach das Auto fotografiert und gedruckt, ohne an Schlimmeres zu denken. Nachdem aber zig tausend Werbebroschüren fertig gedruckt worden waren, meldete der chinesische Vertreter in Hong Kong: „Die Werbung muss noch einmal gemacht werden. Nehmen Sie bitte einen Mercedes mit einem Autoschild mit Endziffer „888“ (8 wird ähnlich ausgesprochen wie Fa: „ansteigende Vermögen“). Die Zahl „444“ bringt Unglück, weil sie die gleiche Aussprache wie „Tod Tod Tod“ hat.“ Was für ein schlechtes Omen für eine Autofahrt mit einem Mercedes!

Ja, es sind immer die schlechten Omen, die die Chinesen wahnsinnig stören und die die Europäer wahnsinnlich absurd finden. Wie die Deutschen schon sagen: der Erfolg hat viele Väter und der Misserfolg nur einen. Die Schuld wird immer bei den anderen gesucht. Für die Chinesen ist der Vater des Misserfolgs oder des Unglücks immer ein schlechtes Omen. Deswegen schenkt man ein schlechtes Omen nur an seinen Todfeind. Komischerweise hat ein gutes oder ein schlechtes Omen in China häufig nur mit der zufälligen gleichen Aussprache zu tun. Man kann ruhig jemandem einen Sarg schenken. Das ist gar nicht böse. Denn ein Sarg heißt auf Chinesisch „Guancai“, und „Guancai“ bedeutet auch „Beamtentitel und Vermögen“. Also indem man jemandem einen Sarg schenkt, schenkt man ein gutes Omen, das auf „Beamtentitel und Vermögen“ hindeutet.

Und ich weiß, dass das alles für die Europäer absurd und verrückt ist. Aber Tabus haben meistens einen historischen, kulturellen oder religiösen Hintergrund, den man nicht so gut nachvollziehen kann. Man sollte sie trotzdem respektieren. Man stellt einem Araber ja auch nicht die Frage „Wie geht's Ihrer Frau?“ oder „Wie geht's Ihren Frauen?“ und bietet ihm ein Stück Schweinfilet und einen exzellenten Kognak an, nicht wahr? Wer dies tut, wird er ihn nur provozieren. Genau so erzeugt man mit einem Tabu bei Chinesen auch ein unangenehmes Gefühl oder ein

unvergessliches Ärgernis, das seine Zukunft verunsichert, wie der böse Spruch bei „Dornröschen“.

Da ich Chinesin bin und schon lange in Deutschland lebe, kann ich Ihnen sagen, womit ein Deutscher in China garantiert ins Fettnäppchen tritt.

1) Eine Uhr zu verschenken, auch wenn es eine Kuckucksuhr ist. (Schenke lieber eine Armbanduhr.)

2) Eine grüne Mütze zu schenken. (Grüne Mütze tragen heißt in Chinesisch: betrogener Ehemann.)

3) Ein Auto mit einem Autoschild mit 4 als Endziffer für wichtige Angelegenheiten (Hochzeit oder Vertragsverhandlung usw.) zu nutzen, wenn auch Chinesen darin gefahren werden.

4) Die Essstäbchen in die Reisschale einzustecken (Das machen die Chinesen nur bei der Ahnenverehrung.)

5) Einem Chinesen ein Arrangement vorzuschlagen, dass jeder für sich bezahlt. (Getrennt rechnen ist zwar für die Deutschen voll in Ordnung. In China steht eigentlich von vornherein fest, wer die Rechnung bezahlt.)

6) Als Gast die Party zu beenden. (In Deutschland wird das Ende normalerweise vom Gast bestimmt und in China ist es die Aufgabe des Gastgebers.)

7) Mit leeren Händen als Gast aufzutauchen. (Geschenke sind in China ein sehr heikles Thema. Besucher aus dem Westen sollten diese Sitte mitmachen, sonst riskieren sie, als ungehobelt oder knauserig betrachtet zu werden.)

8) Die Geschenke in weiß oder schwarz einzuwickeln. (Weiß und schwarz wirken für die Deutschen sehr elegant. Aber weiß und schwarz sind in China Unglücksfarben und werden mit dem Tod assoziiert.)

9) Mit eigenen Leistungen zu prahlen. (Während man das in deutscher Kultur ganz in Ordnung findet, gilt dies in China als schlechter Stil.)

10) Statt Hände schütteln umarmen. (Mag sein, dass die modernen weltoffenen Chinesen damit kein Problem haben. Aber man sollte doch lieber auf Nummer sicher gehen.)