

Mit Wachsamkeit in das Jahr des Hundes

Das chinesische neue Jahr hat begonnen

Ein Land taucht ein in roten Schmuck, an Haustüren werden Glückssymbole aufgehängt und die Menschen bereiten sich auf das wichtigste Fest des Jahres vor: Es ist die Rede vom chinesischen Neujahrs- oder Frühlingsfest (*chunjie*), welches – berechnet nach dem Mondkalender – dieses Jahr am Tag des 29. Januar beginnt. An vielen Orten gibt es Paraden, Löwen-, Drachen und Einhorn-Tänzer defilieren über die Straßen und als ohrenbetäubender Abschluss erschallt ein immenses Feuerwerk. Schließlich gilt es, die bösen Geister zu vertreiben, den Winter zu verscheuchen und damit dem Frühling den Einzug zu geben.

Ein neues Jahr zieht auch den Wechsel von einem Tier des traditionellen Tierkreiszeichens zu dem jeweils folgenden mit sich. Während die westlichen Sternzeichen zwölf einzelne Monate prägen, bestimmen die chinesischen Tiere Ratte, Ochse, Tiger, Hase, Drache, Schlange, Pferd, Widder, Affe, Hahn, Hund und Schwein jeweils ein ganzes Jahr. Jedem Tier werden unterschiedliche Qualitäten und Charaktereigenschaften zugesprochen und die in diesem Jahr geborenen Menschen stehen ihr Leben lang unter dem Zeichen ihres Tieres. So mag es nicht verwundern, dass die Geburtenrate in China in Jahren mit beliebten Tieren einen bemerkenswerten Ausschlag verzeichnet.

Die Entstehungsgeschichte, wie es zu diesen zwölf Tieren kam, ist sagenumwoben. Das älteste Schriftstück, welches von zwölf Tieren zeugt, lässt sich auf die Qin-Dynastie (221–207 v. Chr.) datieren. Die heutigen zwölf Tiere können bis in die östliche Han-Dynastie (25–220 n. Chr.) zurückverfolgt werden, wobei die Meinungen über Wahl und Reihenfolge der Tiere divergieren und Raum bieten für eine Vielzahl von Volksmärchen. Eine Erklärung baut auf dem Verhalten der Tiere zur jeweiligen Tages- oder Nachtzeit auf: Zwischen 23 und 1 Uhr hat die Ratte ihre aktivste Phase, der Büffel kaut zwischen 1 und 3 Uhr wieder, von 3 bis 5 Uhr ist der Tiger am wildesten, ihm folgt für die nächsten beiden Stunden der Hase, welcher – nicht wie in der westlichen Welt ein Mann – im Mond wohnt und vor Sonnenaufgang Pflanzen mit medizinischer Heilwirkung zerstoßt. Zwischen 7 und 9 Uhr sorgt der göttliche Drache für Regen, danach ist die Schlange aktiv bis das Yang, die

positive männliche Kraft – dargestellt durch das Pferd –, im Zeitraum von 11 bis 13 Uhr das Maximum überschreitet. Die Ziege weidet zwischen 13 und 15 Uhr, bis 17 Uhr hat der Affe seine aktive Phase, im Anschluss kehrt der Hahn in seinen Stall, der Hund beginnt gegen 19 Uhr seinen Wachdienst und in den beiden Stunden von 21 bis 23 Uhr ruht das Schwein im Tiefschlaf.

Diese Legenden sind stark und tief in der chinesischen Kultur verwurzelt, sodass ihnen auch die maoistische Kulturrevolution,

im Jahr des Hundes geboren sind – wie 2006, 1994, 1982, 1970, 1958, 1946, 1934, 1922 etc. – werden viele positive Eigenschaften nachgesagt. Dazu zählen Loyalität, Freundlichkeit, Zuverlässigkeit und Verschwiegenheit. Der Hund hat immer ein offenes Ohr für Probleme anderer und bietet seine Unterstützung an. Allerdings werden diesen Menschen auch exzentrische, eigensinnige und bislang auch egoistische Charakterzüge angehängt. Zudem gilt der Hund eher als simples Wesen, die chinesische Redewendung,

Machtposition ausbauen und die USA als erste Weltwirtschaftsmacht ablösen wird. Doch schon in naher Zukunft will sich China bei den Olympischen Spielen 2008 in Beijing und der Weltausstellung 2010 in Shanghai der Weltöffentlichkeit als modernes, zukunftsorientiertes Land präsentieren. Neue Flughäfen, zehnspurige Straßen, Autobahnen und U-Bahn-Linien sind im Bau. Über 104 Kilometer neue Gleise für das U-Bahn-Netz sollen allein in der Hauptstadt bis 2008 verlegt werden. Bis 2020 wird von Deutsche

alität überholt worden. Bereits 1797 schrieb Johann Christian Hüttner, der einzige deutsche Begleiter der englischen Macartney-Gesandtschaftsreise durch China: „Unter zwanzig Reisenden findet man kaum einen Beobachter; die mehresten geben Nachrichten, welche völlig unzuverlässig sind“.

Es gilt folglich, sich eine Gabe des Hundes anzueignen, welche heute mehr denn je an Bedeutung gewinnt: die Wachsamkeit. Nachrichten und Zahlenmaterial gilt es auf Ihre Quellen zu prüfen und zu hinterfragen. Auch Konfuzius lehrte, dass Lernen ohne Denken nichtig sei und Laozi war der Überzeugung, dass man durch Leichtnehmen die Wurzel verliere. China darf für einen Marktakteur keine Black Box sein. Um hier Erfolg zu haben, ist eine kritische Marktanalyse durchzuführen und keine, welche durch eine Brille der Euphorie geleitet wird. Hüttner schreibt hierzu bereits im 18. Jahrhundert: „Die eigene Wahrnehmung galt oft nur als Bestätigung mitgebrachter Einstellungen“. Ganz im Gegenteil erfordert China die Bereitschaft, bisheriges Wissen in Frage zu stellen und für ein Land, welches vielfach als jenes mit der größten kulturellen Distanz zum Abendland bezeichnet wird, neue Konzepte zu entwerfen. Dieses ist in einem Umfeld, welches durch kontinuierlichen Wandel geprägt ist, zugegebenermaßen nicht einfach. Die Suche nach Konstanten reduziert den Wandel und hier sind zweifelsfrei kulturelle Einflussfaktoren zu nennen. So möge der Hund des viele Jahrtausende alten Mondkalenders – so aktuell wie nie zuvor – dieses Jahr mit auf den Weg geben, den chinesischen Markt weiterhin wachsam zu beobachten und ebenso mit wachem Auge zu analysieren. So können Chancen ausgemacht und genutzt, Risiken frühzeitig erkannt und abgewendet, und das Vermögen vermehrt werden.

Ein Beitrag von Dr. Andreas Tank



welche zwischen 1966 und 1975 in China wütete, nichts anhaben konnte. Einst als „feudalistischer Aberglauben“ gebrandmarkt, bieten die Tiere in modernen China eine günstige Gelegenheit für Unternehmen, sie in ihre Marketingmaßnahmen zu integrieren, ergo alte chinesische Sitten und Gebräuche zu kommerzialisieren. Unternehmensarchive belegen, dass ausländische Marktakteure schon vor einhundert Jahren – noch zu Zeiten des chinesischen Kaiserreiches – die positive Wirkung dieser Tiere entdeckt hatten und zu nutzen wussten. Die Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten erscheint heute endlos, so befinden sich die Tiere nicht nur auf Geschenkpackungen, Produktaufstellern oder Getränkedosen – auch Küchenbehälter, Backwaren oder Werbegeschenke werden mit dem Tier des Horoskops entworfen.

In der diesjährigen chinesischen Neujahrsnacht verlässt der Hahn das Podest und der Hund betritt das Rampenlicht. Menschen, die

versuchen, einen Tiger zu zeichnen, aber am Ende auf dem Blatt das Gebilde eines Hundes sehen“ (*hua hu lei quan*) verdeutlicht dieses. Parallelen dieser Ambivalenz lassen sich auch in westlichen Kulturkreisen entdecken, wo der Hund Assoziationen weckt, welche von Treue bis zu „sich wie ein Hund fühlen“ reichen.

Der Jahreswechsel läutet in China eine Zeit der Geschenke und guten Wünsche ein. Ein allzeit beliebter Neujahrsspruch lautet „Mehre Dein Vermögen“ (*gongxi facai*). Reichtum gilt als Tugend, und dieses in einer einstmals durch autarke und planwirtschaftlich-kommunistische Strukturen geprägten Volksrepublik. Doch seit 1978 ist das Land auf dem Weg der Modernisierung und integriert sich als Reich der Mitte wieder zunehmend in die Weltwirtschaft. Schon lange ist in vielerlei Hinsicht – darunter wirtschaftlich und politisch – unfraglich, dass China auch in diesem Jahrhundert seine

Bank Research ein durchschnittliches Wirtschaftswachstum von 5,2% prognostiziert.

Das Vermögen zu mehren, ist auch das Ziel von Unternehmen, welche China zu ihrem Zukunftsmarkt erklärt haben. Doch braucht es dafür zumeist einen langen Atem, beträgt der durchschnittliche Zeitraum bis zum Break Even doch zwischen sieben und acht Jahre. Weiterhin ist der chinesische Markt durch einen harten Wettbewerb, Markteintrittsbarrieren, eine ausgeprägte Bürokratie und Rechtsunsicherheit gekennzeichnet, um nur einige Risiken eines unternehmerischen Investments zu nennen. Nicht wenige bekannte Unternehmen haben in den letzten Jahren ihre vormals ambitionierten Ziele aufgegeben, die weiße Fahne gehisst und den Markt wieder verlassen. Einst euphorische Pressemeldungen wie „Verpassen Sie nicht den Zug nach China“, „Shanghai-Fieber“ oder „Mehr als 1,3 Milliarden Kunden“ sind von der Re-

KÖNIG & CIE.
EMISSIONSHAUS.COM

Impressum

Herausgeber: König & Cie. GmbH & Co. KG,
Valentinskamp 18, 20354 Hamburg
Telefon: 040/36 97 57-53, Fax: 040/36 97 57-20
Mail: iq@emissionshaus.com
Redaktion: Katrin Schumacher
Fotos: Archiv, Corbis, Avenue Images, Helge Ogan
Druck: Storck Verlag, Hamburg
Satz und Layout: Smerling Design, Kiel