

Lanfen Guo

Die »36 Strategeme«
in der chinesischen und
westlichen Wirtschaftsliteratur

2008

Harrassowitz Verlag · Wiesbaden

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	9
Hinweise zur Benutzung der Arbeit	11
Verzeichnis von Abkürzungen	12
Klassische Einteilung der 36 Strategeme	13
Erläuterung wichtiger Termini	16
Einleitung	19
1. Kapitel:	
In chinesischer Sprache und in westlichen Sprachen publizierte Literatur zum Thema „36 Strategeme und Wirtschaft“	25
1.1. Chinesische Wirtschaftslehrbücher und -lehrprogramme an chinesischen Universitäten	25
1.1.1. Chinesische Wirtschaftslehrbücher	25
1.1.2. Lehrprogramme an chinesischen Universitäten	27
1.1.3. Lehrveranstaltungen in Deutschland	29
1.1.4. Standard- und Nicht-Standard-Wirtschaftsliteratur	30
1.2. Chinesischsprachige Bücher über die Anwendung der 36 Strategeme im Wirtschaftsleben	30
1.2.1. Überblick	30
1.2.2. Der Inhalt und die Erscheinungsform der Bücher	32
1.2.3. Der Aufbau der Bücher	35
1.2.4. In den Büchern wiedergegebene Beispiele	37
1.2.5. Kritische Bemerkungen	37
1.2.6. Vom Umgang mit den Strategemformeln	39
1.2.7. Die Autoren der Bücher	42
1.2.8. Die Leser der Bücher über die 36 Strategeme in der Wirtschaft	46
1.2.9. Die Verfügbarkeit von Büchern über die 36 Strategeme in der Wirtschaft	47
1.2.10. Bücher mit dem irreführenden Ausdruck <i>36 Ji (36 Strategeme)</i> im Titel	47
1.2.11. Unterschiedliche Reihenfolgen der 36 Strategeme	50
1.3. 36 Strategeme mit Wirtschaftsbezug im Internet	51
1.3.1. Webseiten im chinesischsprachigen Internet	51
1.3.2. Die 36 Strategeme an der Wertpapierbörse	52

1.3.3. Einschlägige chinesischsprachige Bücher in Bibliotheken und Datenbanken	53
1.4. 36 Strategeme mit Wirtschaftsbezug im chinesischen Fernsehen	54
1.5. Englisch- und deutschsprachige Literatur über Listanwendung in der Wirtschaft im Vergleich zur chinesischen Literatur	57
1.5.1. Westliche Bücher zum Thema „36 Strategeme und Wirtschaft“	57
1.5.2. Ein Vergleich zur chinesischen Literatur	67
1.5.3. List mit Wirtschaftsbezug im deutschsprachigen Internet	68
1.5.4. List mit Wirtschaftsbezug im englischsprachigen Internet	69
1.5.5. List mit Wirtschaftsbezug in Internetausgaben deutscher Zeitungen ...	70
1.6. Strategemkunde – ein Stiefkind der europäischen Wirtschaftswissenschaft	72
1.7. Verbreitete Missverständnisse bezüglich der Strategeme – Ein Brief und eine treffende Antwort	72
2. Kapitel:	
Probleme bei der Strategeminterpretation	79
2.1. Unvollständige Zuordnung	81
2.1.1. Strategem Nr. 33 als Haupt-Strategem und Nr. 9 als Neben-Strategem	81
2.1.2. Strategem Nr. 12 als Haupt-Strategem und Nr. 5 als Neben-Strategem	82
2.1.3. Strategem Nr. 14 als Haupt-Strategem und Nr. 1 als Neben-Strategem	84
2.1.4. Strategem Nr. 12 als Haupt-Strategem und Nr. 7 als Neben-Strategem	85
2.2. Unterschiedliche Zuordnung bei unterschiedlichen Autoren	86
2.2.1. Strategem Nr. 7 oder Nr. 3 oder Nr. 13	86
2.2.2. Strategem Nr. 28 oder Nr. 10 oder Nr. 31	88
2.2.3. Strategem Nr. 32 oder Nr. 13	89
2.3. Fragwürdige Zuordnung	90
2.3.1. Leicht zu verwechselnde Strategeme Nr. 6 und Nr. 8	90
2.3.2. Strategem Nr. 2 statt Nr. 6	92
2.3.3. Warum Strategem Nr. 3?	93
2.4. Willkürliche Zuordnung	94
2.4.1. Warum Strategem Nr. 23 statt Nr. 12?	94
2.4.2. Warum Strategem Nr. 24?	96
2.4.3. Warum Strategem Nr. 21?	97
2.4.4. Warum Strategem Nr. 3?	98
2.4.5. Warum Strategem Nr. 13?	99
2.5. Zusammenfassung	100

3. Kapitel:**Gelungene Beispiele der Strategiemzuordnung in chinesischen Büchern ..** 103

3.1.	Fuji gegen Kodak	103
3.2.	„Der Konkurrenztrick, der Zweite zu sein“	104
3.3.	„Geheimnisvolle Kunden“ bei KFC (Kentucky Fried Chicken)	104
3.4.	Walt Disneys brillante Idee	105
3.5.	500.000 Dollar Garantie für 1 geliehenen Dollar	107
3.6.	Etwas Verfallenes in etwas Verblüffendes umwandeln	109
3.7.	„Dreiecks-Geschäftsführung“	109
3.8.	Der Weg über die VR China und die USA	110
3.9.	Der Weg über Japan	110
3.10.	„Wenig Profit, viel Umsatz“	111
3.11.	Die Vertragsverlängerung wider Willen	112
3.12.	Von Europäern missachtet, von Japanern erobert	113
3.13.	Vertrauen in einen Überseechinesen	113
3.14.	Strategemverketzung im Marketing	114

4. Kapitel:**Ergebnisse einer Umfrage zum Thema in China** 117

4.1.	Überblick über die Interviews	117
4.2.	Die interviewten Manager	118
4.3.	Die Aussagen der Befragten über ihren Kenntnisstand hinsichtlich der 36 Strategeme	119
4.4.	Was halten die befragten Personen von List?	121
4.4.1.	Ist eine Listanwendung von Nutzen?	122
4.4.2.	Haben Sie schon mit Hilfe von List Ziele erreicht?	123
4.4.3.	Sind Sie schon einmal überlistet worden?	125
4.4.4.	Haben Sie schon einmal die List eines Gegenübers rechtzeitig durchschaut? Wenn nein, warum nicht?	126
4.5.	Der Unterschied in Bezug auf das Listbewusstsein zwischen Süd- und Nordchinesen	126
4.6.	Der Unterschied in Bezug auf Listanwendung zwischen großen und kleinen Unternehmen	128
4.7.	Unterschiede zwischen taiwanesischen und chinesischen Geschäftsleuten in strategemkundlicher Hinsicht	128
4.8.	Listanwendung: Unterschiede zwischen verschiedenen Unternehmenstypen in der VR China	132

4.8.1.	Ausschließlich in ausländischem Eigentum befindliche Unternehmen.	132
4.8.2.	Joint Ventures	132
4.8.3.	Chinesische Privatunternehmen	133
4.8.4.	Staatliche Unternehmen	133
4.9.	Auszüge aus Interviews mit Managern in der VR China	134
4.9.1.	Pausenwerbung	134
4.9.2.	Am Ende wird es wahr!	135
4.9.3.	Sie können ruhig verlangen, so viel wie Sie wollen!	136
4.9.4.	Die unvorsichtige Antwort	137
4.9.5.	Eiskremverwechslung	137
4.9.6.	Was der US-Präsident anzieht, will ich auch haben	138
4.9.7.	Genug geschimpft!	138
4.9.8.	Lieber ein Ende mit Schrecken, als ein Schrecken ohne Ende	139

Schlusswort	141
--------------------------	-----

Bibliografie	143
---------------------------	-----

I.	Literaturverzeichnis	143
II.	Nachschlagewerke und Wörterbücher	148
III.	Internet-Adressen	148

Anhang 1:

Chinesische Bücher über Wirtschaft und 36 Strategeme	151
--	-----

Anhang 2:

„Wettbewerb“ geht über „Krieg“ — Übersetzung eines Aufsatzes von Zhu Tao aus der chinesischen Volkszeitung	163
---	-----

Anhang 3:

Verzeichnis von Abbildungen (Fotografie, Karikatur), Diagramm und Tabellen	166
---	-----

Anhang 4:

Chinesische Protokolle	167	
4.1.	Der Originalfragebogen	167
4.2.	Protokolltexte	168