

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. Strategemverkettung 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 |