

## „Die Chinesisierung der Welt“



*China ist der Megatrend der Zeit, den auch Firmen strategisch berücksichtigen sollten, meint Thomas Brandt. Ein positives Interesse am Land hilft dabei schon unheimlich. Asien-Reisenden empfiehlt der General Manager bei der AHK Malaysia, die kulinarischen Aspekte der Länder kennenzulernen, indem man einfach auf die Gerichte zeigt, die die Einheimischen essen.*

**Das erste Mal in Asien war ich ...** 1992. In diesem Jahr kam ich nach Sri Lanka, dort lebte ich einige Wochen bei einer einfachen Familie. Bei den drei Mahlzeiten gab es ein Wettrennen zwischen den Tränen und meiner laufenden Nase, da das Essen so scharf war.

**Anders, als ich erwartet hätte, ...** waren die Menschen unglaublich freundlich und die indonesische Sprache Bahasa Indonesia erlernbar. Da diese aus der gleichen Sprachfamilie wie Bahasa Malaysia stammt, kann ich noch heute im englischsprachigen Malaysia mit der Lokalsprache überraschen.

**Am meisten verändert hat sich seit damals ...** der Zement in den Städten – hier wird alles deutlich höher gebaut als der Kirchturm beziehungsweise das Minarett der Moschee. Wie im Bausektor ändern sich die Dinge überhaupt sehr schnell. Durch die fortgeschrittene IT-Orientierung und die positive Grundeinstellung gegenüber Neuem werden Dinge im Alltag und im Geschäft vergleichsweise rasch umgesetzt.

### ZUR PERSON

- 1993, nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre in Hamburg, begann Thomas Brandt seine Tätigkeit in der AHK Indonesien. 2001 wechselte er dann in die AHK des Nachbarlands Malaysia.
- Seit über 25 Jahren berät er als einer der dienstältesten AHK-Kollegen in Asien täglich deutsche Unternehmen.
- Sein besonderes Interesse an Asien manifestiert sich auch im privaten Leben. Er spielt passioniert Badminton und hat mittlerweile vier Bücher geschrieben: „China/Asia in Those Days“, „AsiaComic“ und „Geschäfte in Indonesien“. Seit vielen Jahren gibt Brandt auch interkulturelle Seminare zum Markteintritt.

**Zum Stichwort „Interkulturelle Unterschiede“ fällt mir spontan ein ...** die Situation, im Herbst oder Winter an einem deutschen Bahngleis zu stehen: Von 100 Wartenden sind wohl 95 in dunklen Farben gekleidet – in Asien sieht das deutlich farbenfroher aus.

**In das größte Fettnäpfchen getreten bin ich, als ...** ich Einheimische nach dem Weg fragte und von diesen rein aus Freundlichkeit und um nicht das Gesicht zu verlieren eine Richtung gezeigt bekam, obwohl der Gefragte den Weg nicht wusste. Das war damals und bis heute immer noch bemerkenswert und symbolisch für die Kultur.

**An den Asiaten schätze ich besonders ...** die Freundlichkeit und Herzlichkeit, die sich im Umgang miteinander zeigt, die Servicementalität und die positive Grundeinstellung.

**Wenn ich in Asien bin, bin ich am liebsten ...** an einem Strand vor Sonnenuntergang, nach einer Runde Joggen und einem Bad im Meer, bei einem Gespräch in einem der alten chinesischen Shoplot-Kaffeehäuser oder an der Shwedagon Pagoda in Yangon.

**Asien-Reisende sollten ...** sich einfach an die Essensstände auf der Straße setzen, die gut belegt sind, und mit dem Finger auf die Gerichte zeigen, die Einheimische essen.

**Kennenlernen würde ich gern einmal ...** die chinesische Sprache, um damit mehr und unmittelbarer über mittlerweile ein Viertel der Menschheit zu erfahren.

**Wenn ich in die Zukunft blicke, denke ich, dass wir noch einmal überrascht sein werden von ...** der stetig voranschreitenden „Chinesisierung der Welt“. Besonders in Südostasien spürt man den „China-Faktor“ deutlich. Dies ist der Megatrend der Zeit und für Unternehmen gilt es, diesen strategisch stärker zu berücksichtigen.