

Erfahrungsbericht – „Doing Business in China“ Programm der Peking University, China

Studiengang Bachelor of Laws der FernUniversität in Hagen

Bewerbung & Vorbereitung

Das Doing Business in China Program wird zweimal im Jahr angeboten. Die Bewerbung umfasst Lebenslauf, Motivationsschreiben und Zeugnisse. Zielgruppe des Programms sind Executive MBA Kandidaten und es werden nur 10 % Under- bzw. Postgraduates zugelassen. Daher sollte man in seinem Motivationsschreiben deutlich machen, welchen Mehrwert die eigene Teilnahme dem Programm bietet, wenn man sich als Under- bzw. Postgraduate bewirbt. Da man für die Einreise nach China ein Visum benötigt und es ab und an nach der Beantragung seitens der Visa Agency noch zu Rückfragen kommen kann oder man noch Unterlagen nachreichen muss, sollte man sich früh darum kümmern, sein Visum zu beantragen, nachdem man die Zusage erhalten hat. Auch sollte man vor der Abreise noch einmal seinen Impfschutz und die Reise- und Sicherheitshinweise des Auswärtigen Amtes checken.

Programmablauf

Das Tolle an diesem Programm war, dass es auf drei verschiedenen Campusen der Peking University/Guanghua Management School stattfand: Beijing, Xi'an und Shanghai. Denn so konnte man sich auch tatsächlich ein Bild von den verschiedenen Regionen Chinas und ihren Eigenarten machen. Während der zwei Wochen gab es eine gute Mischung aus Vorlesungen, Company Visits und kulturellen Veranstaltungen. Zusätzlich hierzu wurden wir zu Beginn in Gruppen eingeteilt und bekamen die Aufgabe, während des Programms entweder den Markteintritt einer Firma in China strategisch zu planen oder aber die Strategie einer bereits dort agierenden Firma zu ändern. Hierfür hatten wir zwei Wochen Zeit. Am Ende des Programms musste dann jede Gruppe ihre Präsentation halten und sich einer Diskussion stellen. Das Gruppenprojekt wurde benotet.

Programminhalt

Das Programm ist, wie bereits erwähnt, ein MBA Programm, so dass die Inhalte der Vorlesungen auch auf diese Zielgruppe zugeschnitten sind. So wurden Vorlesungen zu „Demographics and Longrun Economic Growth“, „Venture Capital and Private Equity“, „Cross-Cultural Management Case Study“, „Historical Legacy and Current Institutional Context“ und „Marketing“ angeboten. Dies kombiniert mit Company Visits bei Hyundai Beijing, Teambition, u.a. sowie den kulturellen Ausflügen zu der Chinesischen Mauer, den Terracota Warriors oder aber auch einem Abendessen in traditionellem chinesischen Gewand und Karaoke, wurde uns in den zwei Wochen viel über die Kultur, Arbeitsweise und Weltansichten Chinas vermittelt. Da ich sehr an Marketing und anderen Kulturen interessiert bin, waren die Kurse hierzu sehr interessant, um die chinesischen Konsument/innen besser zu verstehen. Durch die sehr internationale Zusammensetzung unserer Gruppe (Australien, USA, Japan, Südkorea, China, Deutschland, Russland, Argentinien & Südafrika), waren die „Coss-Cultural Management Case Study“ und die Vorlesung zu „Historical Legacy and Current Institutional Context“ sehr Früchte tragend, da wir alle unsere Denkweise und Vorgehensweise bei bestimmten Themen reflektiert haben und es zu einer sehr spannenden Diskussion kam,

welche auch außerhalb des Vorlesungsraumes unter uns Teilnehmenden weitergeführt wurde.

Tipps & Tricks für den Chinaaufenthalt

Der wichtigste Tipp: Installiert euch noch bevor ihr nach China geht einen VPN auf euren Geräten (Laptop, Handy, Tablet). Wir alle haben während der zwei Wochen festgestellt, wie sehr man doch inzwischen auf Google und Co. angewiesen ist. Gerade was die Recherche während des Gruppenprojekts angeht, kommt man mit dem chinesischen „Google“ (baidu.com) nicht sehr weit. Und auch Whatsapp wird fast nicht genutzt. Die Chinesen benutzen eine, meiner Meinung nach, sehr viel bessere App zum Chatten: WeChat. WeChat ist eine Kombination aus Facebook und Whatsapp und man kann sehr viel mehr mit dieser App machen, als nur zu chatten, wie z.B. schon in fast allen gängigen Shops bezahlen (WePay).

Gerade in Xi'an, aber auch in Beijing kommt man sprachlich an seine Grenzen, denn viele Chinesen sprechen kein Englisch. Man muss wirklich mit Händen und Füßen kommunizieren, wenn man keine funktionierende Übersetzungs-App parat hat. Daher kann ich auch hier nur empfehlen, gerade wenn man alleine unterwegs ist, sich auch hier eine App zu installieren. Viele Hotels haben auf ihren Visitenkarten schon in chinesischer Schrift abgedruckt: „Bitte bringen Sie mich zu dem Hotel xy“. Nehmt euch also gleich beim Check-In eine mit und steckt sie in eure Brieftasche. Das erleichtert die Heimfahrt zum Hotel mit dem Taxi sehr.

Fazit

Das zweiwöchige „Doing Business in China“ Programm ist definitiv sehr zu empfehlen, wenn man Einblicke in das Wirtschaftsleben und die Kultur Chinas gewinnen möchte. Die Veranstalter geben sich große Mühe, dass sich alle wohlfühlen und stehen zu allen Fragen Rede und Antwort. Die Tatsache, dass die Teilnehmenden aus den verschiedensten Teilen der Welt kommen, bereichert das Programm nur noch mehr. Es war eine einzigartige Erfahrung, die ich definitiv nicht missen möchte und zu 100 % weiterempfehlen kann.