

Gestatten, mein Name ist „Kurze Hose“

Wenn deutsche Manager ihren Namen ins Chinesische übersetzen, kann einiges schiefgehen

FRANK STOCKER

Wenn der Chef des Industriegiganten Siemens das Flugzeug in Richtung Shanghai oder Peking besteigt, dann tut er dies als Peter Löscher. So heißt er, so wird er angesprochen, so kennt man ihn. Hierzulande, in den USA im ganzen übrigen westlichen Ausland. Doch auf den zwölf Stunden Flug Richtung Osten verwandelt Löscher sich. Und wenn er am Zielort aussteigt, ist aus ihm ein anderer Mensch geworden, dann verlässt Herr Luó das Flugzeug, Vorname Xù Dé. So steht es – in chinesischen Schriftzeichen – auf der Visitenkarte, die der Chef von Siemens, pardon, von „Ximenzi“, am Ziel der Reise einsetzt.

China ist für viele deutsche Unternehmen inzwischen der wichtigste Markt. Und mit der gestiegenen Bedeutung haben viele erkannt, dass es auch ein besonderer Markt ist. Seine Kultur ist anders geprägt, funktioniert nach anderen Maßstäben als es westliche Manager von zu Hause kennen. Man passt sich daher an, geht einen Schritt auf die chinesischen Partner zu. Die Firmennamen sind daher schon längst sinisiert. Doch viele wollen heute auch über die Visitenkarte zeigen, dass sie ihr Gegenüber schätzen, indem sie den Namen ins Chinesische übersetzen lassen. Allerdings lauern hier auch Fallen, die leicht dazu führen können, dass man als Manager nicht Hoch-

achtung und Wertschätzung erntet – sondern Schmunzeln oder gar Gelächter.

„Je häufiger ein Manager in China ist, desto wichtiger ist es, dass er sich einen chinesischen Namen zulegt“, sagt Daniela Fehring. Die Sinologin berät Geschäftsleute und bringt ihnen in Workshops kulturelle Unterschiede zwischen Europa und China nahe. „Wer direkt vor Ort arbeitet und lebt, häufig mit Kunden, Lieferanten oder Behörden zu tun hat, für den ist es sogar fast ein Muss.“

Allerdings ist das leichter gesagt als getan. Denn westliche Namen lassen sich nicht ohne Weiteres mit chinesischen Zeichen wiedergeben, da diese nicht einzelne Buchstaben wiedergeben, sondern Silben. Und die Silbenzahl ist im Chinesischen eng begrenzt, es gibt nur rund 400. Diese können zwar jeweils in bis zu vier verschiedenen Tönen ausgesprochen werden, dennoch ist die Zahl damit so klein, dass es viele im Deutschen gebräuchliche Silben im Chinesischen schlicht nicht gibt. Will man also einen Namen lautlich übertragen, so geht dies meist nur näherungsweise, indem man Silben wählt, die den ursprünglichen möglichst nahekommen.

Am Beispiel von Qiáozhí Pàhètà-Láihèfēn (die sogenannten diakritischen Zeichen über den Vokalen geben einen Hinweis auf den Ton) lässt sich jedoch gut erkennen, dass das Ergebnis oft zweifelhaft ist. Denn wer würde dahinter Georg Pachta-Reyhofen, den Vorstandsvorsitzenden des Nutzfahrzeugherstellers MAN, vermuten? Qiáozhí Pàhètà-Láihèfēn ist jedoch das Äußerste, was sich mit chinesischen Silben und den entsprechenden Zeichen aus dem Originalklang machen lässt.

Um diesem Problem zu entkommen, gehen viele Manager einen Schritt weiter. Sie lassen den Namen nicht nur lautlich übertragen, sondern sie legen sich einen ganz neuen chinesischen Namen zu. Das ist jedoch nicht so einfach. Denn

zum einen gibt es nur eine begrenzte Anzahl chinesischer Nachnamen – deshalb heißen viele Chinesen immer gleich: Zhang, Li, Wang oder Guo etwa. Will man echt chinesisch wirken, muss man einen dieser Allerweltsnamen annehmen (der dann natürlich vor dem Vornamen steht, wie es in China üblich ist). Der Vorname wiederum umfasst manchmal

nur eine Silbe, nie ist er jedoch länger als zwei. Mit diesen Vorgaben muss man auskommen, wer sich einen echten chinesischen Namen schaffen will.

In China ist es traditionell die Aufgabe der Großeltern, sich einen schönen Namen für den Nachwuchs auszuwählen. Dabei gehen sie jedoch nicht nur nach dem Klang. Jede Silbe trägt im Chinesi-

schen auch stets eine Bedeutung, meist sogar mehrere Bedeutungen, und kombiniert ergeben sich wieder neue Konnotationen. Idealerweise sollte der Name ein Gesamt-Kunstwerk bilden, das bei jenen, die ihn hören oder geschrieben sehen, positive Gefühle auslöst.

Für „Langnasen“ schaffen oft Chinesisch-Lehrer, Kollegen, Freunde oder auch spezielle Dienstleister einen neuen Namen. Andreas Utermann, einer der Vorstände der international tätigen Kapitalanlagegesellschaft Allianz Global Investors, beauftragte dazu Peter So, einen bekannten Hongkonger Feng-Shui-Meister. Der hatte erst einmal viele Fragen: Utermann musste diverse persönliche Daten liefern, wie Ort und Zeitpunkt der Geburt. Auf dieser Basis wählte der Meister die Zeichen für den Namen aus, der die fünf Elemente in die richtige Balance bringen soll.

Das Ergebnis: Aus Andreas Utermann wurde Wén Zuò Yàn. Wén ist dabei ein üblicher Nachname, trägt aber zugleich die Bedeutung „höflich“. Zuò dagegen steht für „smart“ oder „klug“, yàn dagegen für „optimistisch“ oder „freudig“. Alles in allem also ein sehr schön klingender Name. Oder doch nicht? Manche Chinesen bemängeln, dass die letzte Silbe (yàn) nur selten in männlichen Vornamen vorkommt, häufiger dagegen in weiblichen. Andererseits ist die Silbe in Namen recht populär und sorgt so für einen modernen Klang.

Daniela Fehring hat jedoch noch etwas anderes zu bemängeln. „Ich bin der Meinung, dass man sich im Namen wiedererkennen muss“, sagt sie. Bei aller Kreativität sollte er klinglich noch an das Original erinnern. Beim Siemens-Chef wird dies deutlich. Sein chinesischer Name versucht die Balance zwischen Ähnlichkeit zum Original und einer originär eigenen chinesischen Bedeutung zu finden. Das ist allerdings oft nicht so leicht und birgt allerlei Risiken.

Daniela Fehring fällt dabei ein Sinologen-Kollege ein, der seinen Namen besonders kunstvoll übersetzen wollte. Dazu hatte er diverse Bücher gewälzt, um sich den idealen chinesischen Namen zu geben. Die Zeichen, die er schließlich wählte, ergaben auch alle einen anmutigen Sinn. Doch sobald ein Chineser diese aussprach, musste er unwillkürlich lachen: Denn für dessen Ohren klang das so mühevoll erstellte Namenskunstwerk ganz banal wie „kurze Hosen“.

Das zeigt: Es kommt nicht nur auf die Zeichen an, sondern auch darauf, welche Assoziationen sie im Ohr eines Chinesen hervorrufen. Der Chef eines anderen großen deutschen Unternehmens hat für sich beispielsweise als Nachname „Si“ gewählt, dargestellt mit einem Zeichen, das „denken“ bedeutet. Als weiteres Zeichen für den Vornamen wurde der Name eines alten Philosophen genommen. Das sieht geschrieben sehr positiv aus. Allerdings ist zum einen „Si“ kein echter chinesischer Familienname, und zum anderen, was noch schwerer wiegt, bedeutet „si“ auf Chinesisch „Tod“. Das wird zwar anders betont, dennoch vermeiden Chinesen, wo es geht, die Silbe „si“. So gibt es in einigen Hotels nicht einmal eine vierte Etage, weil vier „si“ heißt.

So gut ein chinesischer Name daher im Reich der Mitte auch ankommt, so viele Fallen lauern dabei doch auch. Fehring rät jedem Ausländer, der sich einen chinesischen Namen zulegen will, diesen zunächst zu testen, und zwar bei Muttersprachlern. Nur sie sind in der Lage, alle mitschwingenden Bedeutungen zu erfassen. „Und wenn nur ein einziger bei dem Namen leicht schmunzelt, sollte man ihn verwerfen.“

Neue Serie: Wie nennen sich deutsche Manager auf Geschäftsreise in China? In den kommenden Wochen entschlüsselt die „Welt am Sonntag“ weitere Namen – und weitere Fauxpas wie „Kurze Hose“

PETER LÖSCHER Chinesische Visitenkarten deutscher Manager



Siemens gehört zu den bekanntesten ausländischen Marken in China. Ximenzi heißt das Unternehmen dort (das „x“ wird dabei wie „hs“ gesprochen). Dies kann als „Tor des Westens“ gelesen werden, so dass die Übersetzung eine recht positive Zusatzbedeutung mitschwingen lässt. Ganz der Firmentradition entsprechend ließ auch Siemens-Chef Peter Löscher seinen Namen ins Chinesische übertragen. Dazu wurde ein stark verbreiteter Nachname ausgewählt: Luó. Auf der Liste der häufigsten chinesischen Familiennamen steht er auf Rang 22. Zudem klingt er ähnlich wie die erste Silbe von Löscher. Ungewöhnlich ist, dass als Vorname nicht

die übliche Übersetzung von Peter (Pi De) gewählt wurde.

Stattdessen nennt sich Löscher Xù Dé. Die erste Silbe soll dabei offenbar den Zischlaut im Nachnamen nachahmen. Gleichzeitig trägt das Zeichen die Bedeutung „aufgehende Sonne“ – eine Gegenposition zum „Westen“ im Firmennamen. Die dritte Silbe (Dé) hat keinen Bezug mehr zum Original. Kombiniert mit Xù ergibt sich jedoch ein Vorname, der typisch chinesisch klingt. Zudem steht „Dé“ einerseits für Tugend, andererseits auch für Deutschland. Löscher ist zwar Österreicher, doch das wird er verschmerzen.

ANZEIGE

WEGWEISEND: DER NEUE JAGUAR XJ.

Ihr Erfolg beruht darauf, anderen voraus zu sein, Grenzen zu verschieben und neue Maßstäbe zu setzen. Warum bei der Wahl Ihres Fahrzeugs auf diese Prinzipien verzichten?

Lernen Sie den neuen Jaguar XJ kennen. Ein wegweisendes Automobil, das die Vorstellung von einer sportlichen Luxuslimousine neu definiert.

Mit einer innovativen Aluminiumkarosserie, leistungsstarken und hocheffizienten Motoren sowie einem erlesenen Interieur, das die Sinne berührt.

» NÄHERE DETAILS:

0800 5705700 (inkl. MwSt.) | JAGUAR.DE

LEASINGRATE AB
» €649
PRO MONAT*



* XJ Luxury 3.0 V6 Diesel S: UVP ab Lager Jaguar Deutschland GmbH 79.750,- €. monatl. Leasingrate 649,- €. Sonderzahlung 16.217,- €. Laufzeit 36 Monate, Gesamtlauflistung 60.000 km. Ein Angebot der Jaguar Bank. Bei allen teilnehmenden Jaguar Vertragspartnern. Die Abbildung zeigt Sonderausstattungen

Kraftstoffverbrauch l/100 km: 9,6 (innerorts), 5,6 (außerorts), 7,0 (kombiniert); CO₂-Emission: 184 g/km (kombiniert); RL 80/1268/EWG.

JAGUAR XJ