

### **Thomas Heberer: Doing Business in Rural China. Liangshan's New Ethnic Entrepreneurs**

Seattle, London: University of Washington Press, 2007, 280 S., USD 50,00

Die Aufteilung der Regionalwissenschaften in Deutschland folgt traditionellerweise geographischen und in neuerer Zeit nationalpolitischen Grenzziehungen. Daher hinterlassen sie Lücken in der Abdeckung zu erforschender Räume. Da die traditionelle Sinologie von ihrer Methode her philologisch-literarisch geprägt ist, gehören chinesische Minoritäten, die teilweise keine eigene Schriftkultur führen, selbstverständlich nicht zum Schwerpunkt dieser Wissenschaft. Die Kulturanthropologie oder Völkerkunde, wie man sie im Deutschen nennt, nimmt diese Populationen hingegen kaum wahr, da sie geographisch wiederum zum großen Kulturareal China zählen. So werden viele ethnische Minderheiten Chinas, mit Ausnahme einiger größerer Nationalitäten wie Tibeter, Uiguren und Mongolen oder auch kleinerer, die ein eigenes reichliches Schriftgut besitzen, wie die Yao, weder von Chinawissenschaftlern noch von Anthropogeographen erforscht.

Die in den hohen Bergen der Region Liangshan ansässigen 1.7 Millionen Nuosu (Yi)-Chinesen haben das Glück, dass es einen deutschen Chinawissenschaftler namens Thomas Heberer gibt, der sich ihnen zuwendet. Schon in den 1980er Jahren begann Heberer Feldforschung in diesem Gebiet und kehrte im Lauf der Zeit immer wieder zurück. Das besprochene Buch ist die Veröffentlichung der Ergebnisse seines letzten Yi-Projektes „Ethnische Unternehmer zwischen Marktverhalten und sozialer Moralität. Der Einfluss ethnischen Unternehmertums auf sozialen Wandel und Ethnizität. Eine Fallstudie am Beispiel des Autonomen Bezirks Liangshan der Yi in China“. Mit der finanziellen Förderung seitens der Volkswagenstiftung und in Kooperation mit einem einheimischen Institut für Nationalitätsforschung führte er von 1999 bis 2002 jedes Jahr eine dreimonatige Feldforschung in Liangshan durch. Sein Forschungsteam bereiste neun der insgesamt 16

Kreise dieser Region. Die durch Interviews und Fragebogen gesammelten primären Materialien, in statistisch auswertenden Tabellen vorgelegt, sichern die solide sozialwissenschaftliche Grundlage des Buches.

Untersucht werden die in der chinesischen Reformzeit seit dem Ende der 1970er Jahre entstandenen privaten Nuosu-Unternehmer. Sie leben und arbeiten in zwei Welten: der modernen chinesischen Marktwirtschaft und der traditionellen Clangesellschaft. Was bedeutet die Entstehung privaten Unternehmertums in dieser von Armut und Unterentwicklung geprägten Gesellschaft? Welche Rolle spielen die Privatunternehmer im Sozialwandel? Welche Einflüsse haben sie auf die lokale Politik, die ethnische Identität und die interethnischen Beziehungen? Das sind Fragen, die gestellt werden und auf die der Autor Antworten gibt.

Gegliedert in acht Kapitel, dazu einer Einleitung und einer Schlussfolgerung, beginnt das Buch mit der zusammenfassenden Darstellung der traditionellen Kultur und der sich wandelnden Gesellschaftsverfassung der Nuosu. Große Clane und die indigene Religion mit einem auf Schriftlichkeit gegründetes Priestertum bilden wesentliche Merkmale der Nuosu-Kultur. Danach beschreibt der Autor in Kapitel 2 die wirtschaftliche Entwicklung dieser Region. Er verwendet hierfür hauptsächlich offizielle Statistiken von 1999 bis 2001, die nach Kreisen und Branchen gegliedert sind. Anschließend analysiert er im Kapitel 3 die Entwicklung des privaten Sektors in neun von ihm untersuchten Kreisen. Obwohl die Situation sich von Kreis zu Kreis unterscheidet, sind die Probleme, die private Unternehmer bewältigen müssen, ähnlich. Es sind die unprofessionelle Intervention der lokalen Parteikader, die zu hohen Steuersätze und Abgabepflichten, der Mangel an Unternehmensgesetzen und die Schwierigkeit ihrer Durchsetzung. Auch die lokalen Vereine der privaten Unternehmer funktionieren oft nicht richtig, so dass ihre Interessen von keiner Organisation vertreten werden. Im vierten Kapitel folgt eine biographische Untersuchung von Nuosu- und Han-Unternehmern mit dem Focus auf ihrem Aufstieg im privaten

Unternehmertum. Dabei werden 16 Einzelfälle präsentiert.

In Kapitel 5 evaluiert Heberer den Zusammenhang der privaten Unternehmer als eine neue Sozialgruppe mit der lokalen Politik, darunter vor allem ihre Beziehungen zur Regierung und zur kommunistischen Partei sowie ihre Mitgliedschaft in verschiedenen Organisationen. Die Anteilnahme an der lokalen Politik kann privaten Unternehmern wirtschaftliche Vorteile verschaffen. Die zivilen Vereine hingegen werden oft nicht ernstgenommen, so dass sich ihre Tätigkeiten manchmal auf die Organisation von Sportveranstaltungen und Exkursionen beschränken. Allerdings kann kein Unternehmer auf soziale Beziehungen (*guanxi*) verzichten, die überall eine entscheidende Rolle spielen. Während die Einheimischen ihr soziales Netzwerk auf den jeweiligen Clan und ihre Blutverwandtschaft aufbauen, müssen die von Außen gekommenen Han-Unternehmer mehr Spenden und Wohltätigkeiten leisten, um Anerkennung seitens der lokalen Bevölkerung zu gewinnen. Hier liefert der Autor, der diesem Thema schon mehrere Publikationen gewidmet hat, einige vertiefte Kenntnisse über die Korruption in China. Er macht klar, dass Korruption als kulturelles Phänomen unter bestimmten sozialen Kontexten differenziert betrachtet werden soll. Im nachfolgenden Kapitel 6 geht Heberer noch mehr auf den sozialen Kontext der Nuosu-Unternehmer ein. Die meisten von ihnen gehören einem lokalen Clan an und erhalten Unterstützung seitens ihrer Clanmitglieder, besonders in der Startphase des Betriebs und beim Aufbau der kommerziellen Beziehungen. Viele Betriebe stellen hauptsächlich eigene Clanmitglieder an, so dass sie als Clan-Unternehmen (*jiazu qiye*) bezeichnet werden. Auch die neue Form der Clanorganisation (*jiazu xiehui*) dient in gewisser Weise den Interessen privater Unternehmer und kompensiert mangelhaft entwickelte Funktionen der zivilen Vereine der Unternehmer. Auf der anderen Seite müssen die einheimischen Unternehmer häufig schwere finanzielle Lasten tragen, wenn ihre Clanmitglieder der Überzeugung sind, dass sie berechtigt sind, an ihren Gewinnen teilzuhaben. Ein erfolgreicher Un-

ternehmer sollte nicht nur den Armen in seinem Dorf bei Krankheit und Verschuldung helfen, sondern auch alle feierlichen Angelegenheiten wie Hochzeit und Beerdigung und soziale Projekte wie die Versorgung mit Wasser, Strom, Fernsehsatelliten und Schulen mitfinanzieren. Es ist auch normal, dass er für den Nachwuchs des Clans aus armen Verhältnissen Schulgebühren und weitere Bildungskosten trägt. In neuerer Zeit zeigt sich jedoch eine Tendenz zur Individualisierung, so dass viele jüngere Clanmitglieder solche Sozialpflichten nicht mehr wahrnehmen wollen.

Die letzten beiden Kapitel des Buches wenden sich den Beziehungen zwischen Nuosu und Han sowie der ethnischen Identität der Nuosu zu. Die Verhältnisse zwischen den Nuosu- und den Han-Unternehmern, die in dieser Region aktiv sind, widerspiegeln die ethnische Beziehung beider Nationalitäten. Auf ethnozentrischer Grundlage hegen sie gegenseitige Verachtung und fühlen sich jeweils von der anderen Seite diskriminiert. In der Wahrnehmung des Anderen, die Heberer mittels Fragebogen erhoben hat, lassen sich Vorurteile und Stereotypen beider Seiten erkennen. Die ethnische Spannung wird nicht durch die wirtschaftliche Entwicklung gemindert, sondern durch den Wettbewerb am Markt verstärkt. Im Effekt wollen Unternehmer aus beiden Gruppen keine einheitliche Organisation bilden. Stattdessen wünschen sie sich zwei getrennte Organisationen, die ihre jeweiligen Gruppeninteressen vertreten. Der Aufstieg des Nuosu-Unternehmertums verstärkt auch das Wir-Bewusstsein der Einheimischen. Die privaten Unternehmer sind zugleich Träger der ethnischen Symbole und Agenten der Modernisierung. Mit zunehmendem ethnischem Selbstbewusstsein verherrlichten sie im Gespräch mit dem Forscher die Geschichte und Kultur ihrer Ethnie und ihrer Region. Die Identitätsbildung der Nuosu erweist sich, nicht anders als bei vielen Nationalitäten, als ein Prozess der Erfindung und Imagination der Tradition und ihrer Neueinbettung in eine sich modernisierende Gesellschaft. Das Beispiel hierfür ist der Alkoholkonsum, der als Merkmal der Nuosu-Identität angenommen wird. Während die

Einheimischen stolz darauf sind, dass niemand anderer ihnen beim Trinken überlegen ist, kritisieren die Han-Unternehmer die Neigung ihrer Nuosu-Kollegen zum Alkohol und ihre Aggressivität unter Alkoholeinfluss, wobei kaum jemand merkt, dass die übermäßige und aggressive Trinkweise (wie zum Beispiel das Glas mit einem Atemzug ausleeren) eigentlich eine Neuerung bei den Nuosu ist, die sich dem Einfluss der Han-chinesischen Konvention verdankt!

Als trainierter und erfahrener Forscher hat Thomas Heberer offensichtlich keine Probleme sich seinen Forschungsgegenständen möglichst gut anzunähern, ohne dabei die wissenschaftlich gebotene Distanz zu verlieren. Die bei lokalen Behörden gesammelten Statistiken, die unter privaten Unternehmern durchgeführten Interviews und Fragebogen und seine eigene ethnographischen Beobachtungen bilden die Hauptquellen der Untersuchung. Sekundärliteratur wird nur gelegentlich als Hintergrundinformation einbezogen. So leistet er eine verdienstvolle empirische Arbeit, die in der bisherigen deutschen Chinaforschung kaum Ihresgleichen hat.

Un erwähnt darf nicht bleiben, dass Heberer in seiner Untersuchung eine kulturel relativistische Sichtweise befolgt. Stets stellt er sich auf den Standpunkt der Einheimischen und versucht ihre Anliegen so darzustellen, wie sie das selbst täten. So benutzt er ihre Selbstbezeichnung „Nuosu“ anstatt des von der chinesischen Regierung vorgesehenen offiziellen Namens „Yi“. Gleichzeitig setzte er die Argumente der Nuosu-Unternehmer immer mit denen der Han-Unternehmer in Vergleich. So gelingt es ihm dem Lesern ein relativ objektives Bild dieser Menschengruppe zu vermitteln. Dabei werden viele sozial- und kultural anthropologischen Theorien und Begriffe eingesetzt, um über das Phänomen hinaus zu einem vertieften Verständnis zu gelangen. Beispielsweise führt er den Begriff des konstruktiven Trinkens von Mary Douglas ein, um die soziale Funktion des kollektiven Alkoholkonsums zu verdeutlichen. Andere Theorien wie die der warmen und kalten Loyalität in Bezug auf Gruppenidentität

von Göran Rosenberg, die Theorie des Verhältnisses zwischen kollektivem Bewusstsein und dem Individuum von Emile Durkheim, die der Vor- und Nachteile der Außenseiter und der Etablierten in Gesellschaften von Norbert Elias und John L. Scotson und die des Gabentausches von Marcel Mauss etc. werden an passenden Stellen erwähnt, so dass der fachkundige Leser die Themen schnell einordnen kann. Einige diese Ansatzpunkte laden zur Fortsetzung ein. Der Einfluss der Marktwirtschaft auf die traditionelle Gesellschaft und der Strukturwandel des Clans sollten zum Beispiel künftig durch ethnographische Forschung genauer dokumentiert und mit empirischen Daten belegt werden.

Das Buch ist nicht nur für Wissenschaftler aus verschiedenen Disziplinen wie China- und Asienwissenschaftler, Ethnologen, Politologen, Soziologen und Ökonomen interessant, sondern auch für allgemein Interessierte als Einführung in den Themakomplex China und seine ethnischen Minderheiten auf dem Weg der Modernisierung. Alle Fachausdrücke werden deutlich erklärt, so dass auch Leser ohne Vorkenntnisse den Text verstehen können. Das Englische ist klar und gut verständlich; zahlreiche Karten, Tabellen und schwarz-weiße Fotos verleihen der Abhandlung Anschaulichkeit.

(Xiaobing Wang-Riese)

**Rolf Geffken, Dong Ma, Sheng-Min Hsieh: Das Chinesische Arbeitsvertragsgesetz. The New Chinese Labour Contract Law. Zhongguo Laodong Hetongfa. Kommentierte Textausgabe in Deutsch, Englisch, Chinesisch.**

Cadenberge: VAR-Verlag, 2008, 134 S., EUR 12,80

Das Arbeitsvertragsgesetz (AVGes), das am 29. Juni 2007 vom Ständigen Komitee des Nationalen Volkskongresses verabschiedet wurde und am 1. Januar 2008 in Kraft trat, stellt – wie die Autoren zu Recht feststellen –, einen Kurswechsel in der chinesischen