



Die Vortragende **Frau Ekaterina Beekes** von ti-communication beschreibt beim interkulturellen Management-Workshop „Mastering Cross-Cultural Challenges in Business“ kulturelle Besonderheiten, kommunikative Anforderungen und Tabuthemen im Geschäftsleben. Siehe dazu unten angeführten Artikel vom Standard 6.02.10. Foto: ti-communication

SA./SO., 6./7. FEBRUAR

## Küsschen in Peru und Schuhe aus in Schweden

Das Women's Career  
Network lud zum Workshop

Differenzierung schafft Identität. Oder anders gesagt: Zu glauben, man kenne die Kultur des anderen, ohne seine eigene zu verstehen, ist meist genau der Ansatz, der zu grundlegenden interkulturellen Missverständnissen führt. Erst die Akzeptanz und das Wissen um das – gewissermaßen – Eigene macht das „Andere“, Fremde besser verständlich.

Diesem und anderen Themen widmete sich das Women's Career Network im Rahmen des interkulturellen Management-Workshops „Mastering Cross-Cultural Challenges in Business“, diese Woche in Wien. Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus über 20 Ländern folgten dem Aufruf, kulturelle Besonderheiten, kommunikative Anforderungen und Tabuthemen im Geschäftsleben zu erarbeiten.

### Tiefere Einblicke in Märkte

Interkulturelle Handlungskompetenz erreiche man weniger über punktuell Wissen zu Verhaltensnormen als über die Geschichte, Geografie, Religionen und die sozialpolitischen Tendenzen eines Landes. Genau diese bestimmen Werthaltungen und Tabuthemen, so ein zentrales Argument.

Mit größerem Abstand betrachtet können einem dann dennoch Gepflogenheiten der Heimat befremdend vorkommen – wie eine Teilnehmerin aus Peru, die seit mehr als 30 Jahre im Ausland lebt, bestätigte: Dass man sich bei jedem Anlass ein „Küsschen“ gebe – dem Arzt, dem Nachbarn und den Arbeitskollegen –, finde sie heute eher „komisch“. Tue man dies allerdings nicht, könnten gute Kontakte mit einem Mal abbrechen. Etwa auch, wenn man beim Betreten des Hauses eines skandinavischen Gastgebers die Schuhe anlasse.

Faktum sei, dass man auch in geschäftlicher Hinsicht von interkulturellen Kompetenzen profitiere, zum Beispiel tiefere Einblicke in die Konsum-Mentalität eines Landes bekomme. Sicher auch ein Grund, warum diese Trainings – wie etwa vom waff – gefördert werden. (haa)