

obx - Themenvorschau

02.02.2009

Fremde Länder, bekannte Sitten

Das Regensburger Beratungsinstitut TI Communication weicht Mitarbeiter namhafter deutscher Unternehmen in die oft ungewohnten Feinheiten beim Umgang mit ausländischen Geschäfts- und Arbeitspartnern ein. Inzwischen bieten die ostbayerischen Trainer interkulturelle Seminare für 80 Länder an.

Regensburg (obx) - In der Globalisierung der Wirtschaft verbergen sich manche Tücken: Fremde Sprachen, ungewohnte Gebräuche und nicht beabsichtigte Fehler im zwischenmenschlichen Umgang haben deutschen Unternehmen schon so manchen Geschäftsabschluss verhagelt. Um Pleiten, Pech und Pannen im Ausland tunlichst zu vermeiden, nehmen insbesondere große Firmen immer häufiger die Dienste eines auf interkulturelles Training spezialisierten Regensburger Unternehmens in Anspruch. Seit acht Jahren vermittelt TI Communication detaillierte Informationen darüber, welche Feinheiten im geschäftlichen Umgang mit ausländischen Partnern zu beachten sind. Mittlerweile werden Kurse für 80 Länder angeboten. Der von zahlreichen landeskundigen Fachreferenten erteilte Unterricht ist schwer gefragt: Bislang haben sich die Umsatzzahlen des Regensburger Beratungsunternehmens jährlich verdoppelt. Vom Erfolg des Trainings profitieren aber in erster Linie die Auftraggeber: „Eine fehlergeschlagene Entsendung ins Ausland kann sehr schnell bis zu 300.000 Euro kosten“, weiß Gerhard Hain, der Gründer von TI Communication.

Hain hat ursprünglich in Regensburg und Rom Pädagogik, Psychologie und Soziologie studiert und in der Ewigen Stadt erste Fallstudien betrieben, die viel darüber erzählen, wie unerwartet sich deutsche Gepflogenheiten von den italienischen unterscheiden können. Das beginnt schon bei der Legislative: In Deutschland, so berichtet Hain, gibt es etwa 30.000 Gesetze, in Italien rund 170.000, was die Übersicht immens erschwert. So kam es, dass die Italiener viele dieser Gesetze als bedeutungslos erachten und zudem „eine ganz, ganz große Skepsis“ gegenüber schriftlich fixierten Regeln und Vereinbarungen entwickelt haben. Deswegen genießen bei Geschäftsabschlüssen in Italien ein Handschlag und ein Versprechen erheblich mehr Vertrauen als die bei Deutschen so beliebten und bis ins Letzte ausgefeilten Verträge samt Unterschrift.

Dies ist nur ein Beispiel für all die unzähligen Fallstricke, über die unerfahrene deutsche Manager im Ausland stolpern können. Für Verwirrung kann etwa eine besondere arabische Sitte unter männlichen Gesprächspartnern sorgen: Sie halten sich traditionell lange an den Händen, was Deutsche als zu aufdringlich empfinden könnten. In Japan beispielsweise werden „Probleme nicht offen angesprochen, weil man den Geschäftspartner nicht brüskieren will“, berichtet Hain. Kritik wird allenfalls „in leicht angetrunkenem Zustand nachts in der Bar und unter vier Augen“ toleriert. Zudem gilt für asiatische Länder grundsätzlich, dass Schneuzen in der Öffentlichkeit als höchst unfein empfunden wird. Und fast überall in der Welt – außer in Deutschland – werden Unterredungen in aller Regel mit lockerem Geplauder über Anreise, Wetter und Familie begonnen, gefolgt von einem möglichst geschmeidigen rhetorischen Übergang zum Geschäftlichen. Der bekannte deutsche Managerspruch „Ich möchte gleich zur Sache kommen“ bedeutet mit hoher Wahrscheinlichkeit auch schon das Ende jeglicher Unternehmensbeziehung, freilich ohne dass der ausländische Gesprächspartner dies offen zeigen würde. So ist so mancher deutsche Geschäftsmann ebenso erfolglos wie ratlos heimgefahren und wusste nicht einmal, warum aus dem geplanten Deal nichts wurde. Dies vielleicht auch deswegen, weil er nichts über die speziellen Hierarchieregelungen in jenem Land wusste, in dem er mit seiner Geschäftsanbahnung gescheitert ist.

In den Seminaren von TI Communication klären die Dozenten über alle nur erdenklichen interkulturellen Missverständnisse auf, und zwar so erfolgreich, dass zum umfangreichen Kundenstamm so namhafte Unternehmen wie BMW, Ford, Miele, E.ON, Areva, Astrium, ZF Engineering, Hitachi Europa, Ing Diba, Oetker und die Heineken Management GmbH Osteuropa gehören. Zum Firmensitz des Beratungsunternehmens in Regensburg sind mittlerweile Niederlassungen in Wien, Verona und Prag hinzugekommen. Und die Arbeit Hains und seiner Kolleginnen und Kollegen scheint zunehmend Früchte zu tragen: Inzwischen sei „in Deutschland das Verstehen anderer Kulturen und anderer Verhaltensweisen sehr ausgeprägt“. Deshalb kann es nun verstärkt an die Feinarbeit gehen: Die Aufträge von TI Communication „gehen immer mehr in die Begleitung von Teamarbeit bei ganz konkreten Projekten mit Mitarbeitern aus mehreren Kulturen“. So ist es kein Wunder, dass das Regensburger Beratungsinstitut auch selber eine starke interkulturelle Prägung bekommen hat: „Inzwischen sind wir“, sagt Gerhard Hain, „ein europäisches Unternehmen geworden.“



Das Regensburger Beratungsinstitut TI Communication weicht Mitarbeiter namhafter deutscher Unternehmen in die oft ungewohnten Feinheiten beim Umgang mit ausländischen Geschäfts- und Arbeitspartnern ein. Inzwischen bieten die ostbayerischen Trainer interkulturelle Seminare für 80 Länder an.



Firmengründer Gerhard Hain mit seinen Mitgesellschafterinnen Susanne Brökelmann und Carolin Öllinger. Fotos obx-news

Links:

Die Bilder zu dieser Reportage können Sie in Druckauflösung unter der folgenden Adresse jederzeit downloaden:

www.obx-news.de/fileadmin/bilder/obx985_Communication1.JPG

www.obx-news.de/fileadmin/bilder/obx985_Communication2.JPG

<- Zurück zu: Die OBX-Reportage heute