

Der Arabien Knigge - Teil 6

So wird Ihr Messeauftritt ein Erfolg

In unserer Rubrik „Der Arabien-Knigge“ werden Sie fit gemacht für Ihr geschäftliches Engagement in den VAE. Sie erhalten wertvolle Insider-Tipps im Umgang mit arabischen Geschäftspartnern – damit Ihr Business in den Vereinigten Arabischen Emiraten eine Erfolgs-Story wird!

Text: Dr. Gabi Kratochwil | Foto: Gerard Al-Fil

Die Messen am Golf sind für uns zur wichtigsten Drehscheibe für Handelsbeziehungen zum Nahen, Mittleren und Fernen Osten geworden“, betont ein Unternehmer aus Deutschland. Zu Recht. Vor allem die Vereinigten Arabischen Emirate haben ihre Rolle als weltweit renommierte Handelsdrehscheibe und als Messe- und Konferenzzentrum erfolgreich ausgebaut und sind attraktiver denn je. Wachsende Besucherzahlen und hervorragende Infrastruktur inklusive. Mit rund 365 Messen und messeähnlichen Veranstaltungen im Jahr sind die VAE einfach spitze. Allein in Dubai finden jährlich rund 85 Messen statt, Tendenz steigend. Darunter Leitmessen wie die Big 5 Show, die größte Baumesse des Mittleren Ostens, die INDEX, Internationale Messe für Innenausstattung und Möbel, die GITEX, Messe für Computer- und Informationstechnik, die Gulf Beauty, Internationale Messe der Parfum- und Kosmetikbranche oder die Arab Health, die größte Medizinmesse der Region, um nur einige „hot spots“ zu nennen. Für einen gelungenen Messeauftritt sind viele Erfolgsfaktoren entscheidend, wie überall auf der Welt. Da

unterscheiden sich die Messen in den VAE infolge ihres hohen internationalen Standards keineswegs von anderen Standorten. Zusätzlich punkten können Sie aber, indem Sie einige Besonderheiten berücksichtigen.

Gut vorbereitet ist halb gewonnen

Es ist wichtig, Ihren Messeauftritt langfristig und professionell vorzubereiten. Das beginnt schon bei der Auswahl der richtigen Messe. Informieren Sie sich im Vorfeld, welche Messe für Sie und Ihr Produkt in Frage kommt. Macht für Sie die Beteiligung an einem deutschen Gemeinschaftsstand Sinn oder wollen Sie alleine ausstellen? Insbesondere bei den begehrten großen Messen ist es absolut notwendig, rechtzeitig, d.h. 9 bis 12 Monate im Voraus, den Stand zu buchen. Sonst gehen Sie leer aus oder werden an einer ungünstigen Stelle platziert. Gerade für Messeinsteiger lohnt es sich, mit professionellen Durchführungsgesellschaften zusammenzuarbeiten, da sie das nötige Know-how vor Ort besitzen. Auch die Buchung des Hotels sollte möglichst frühzeitig vorgenommen werden. Während der

Leitmessen liegt die Hotelauslastung in Dubai bei 100 Prozent!

Machen Sie schon vor der Messe auf sich aufmerksam

Die Konkurrenz ist groß. Der internationale Run auf die Messen am Golf ist ungebrochen. Umso wichtiger ist es, dass Sie auf sich aufmerksam machen. Kündigen Sie Ihren Messeauftritt rechtzeitig an. Schlüsselkunden und potenzielle Multiplikatoren sollten im Vorfeld informiert und eingeladen werden. Machen Sie einen Hinweis auf Ihrer Homepage. Eine Anzeige in den lokalen (Fach-)Medien vor Ort kann von Vorteil sein. Geben Sie dabei unbedingt Ihren Messestandort sowie Ihre persönlichen Kontaktdaten vor Ort an (Hotel, Mobilnummer). Prüfen Sie, ob eine Pressekonferenz sinnvoll wäre oder ob Sie am Konferenzprogramm der Messe teilnehmen möchten. Das sind oft gute Gelegenheiten, um hochkarätige Kontakte vor Ort zu knüpfen.

Höchste Professionalität ist gefordert. Das Firmen- und Informationsmaterial muss interna-



tionalen Standards genügen. Sie sollten hochwertig gedruckt sein, viel bebildertes Anschauungsmaterial haben und in englischer Sprache vorliegen. Zusätzlich können sie auch Unterlagen in arabischer Sprache bereithalten, sie sind aber kein Muss. Nicht alle Fachbesucher sind Araber und die meisten Araber können Englisch. Optik und Haptik spielen eine sehr wichtige Rolle bei der Präsentation. CD-ROMs, Werbefilme und Produktbeispiele zum Anfassen sind sehr beliebt. Im arabischen Raum hält man das, was man später kauft, gerne in den Händen, um es genau zu begutachten. Auch die Give-aways sollten originell und hochwertig sein. Zeigen Sie sich gastfreundlich, sorgen Sie für ausreichend Verköstigung auf dem Stand (bitte keinen Alkohol und keine Produkte vom Schwein). Gastfreundschaft ist eine arabische Tugend und wirft Sie in ein gutes, vertrauensvolles Licht. Bringen Sie ausreichend Visitenkarten mit. Übrigens sollte Ihre Position auf den Visitenkarten ersichtlich sein, nur so erkennt man, ob Sie auch entscheidungsbefugt sind, und darauf legen Araber großen Wert. Zur Erinnerung: Die Visitenkarte nur mit der rechten Hand überreichen, die linke Hand ist im arabischen Raum unrein. Machen Sie vor dem Kunden keine Notizen auf seiner Visitenkarte oder heften diese ab, das hinterlässt keinen guten Eindruck.

Wie überall gilt auch hier: Je attraktiver und origineller Ihr Stand ist, desto mehr Besucher zieht er an. „Made in Germany“ ist nach wie vor ein Gütesiegel. Machen Sie das sichtbar. Apropos Zeitmanagement: Planen Sie mehrere Tage Aufenthalt vor und nach der Messe vor Ort ein. Das sind die entscheidenden Tage, an denen Business gemacht wird.

Auf der Messe

Ihr Staff sollte gut englisch sprechen, stets freundlich und zuvorkommend sein und präzise Informationen zu den Produkten geben können. Es ist zudem auf korrekte Kleidung zu achten, am besten einheitlich. In jedem Fall sollten Company Badges und Namensschilder getragen werden. Ein einheitlicher optischer Auftritt macht einen professionellen Eindruck. Für die Damen gelten auf den Messen in den VAE keine Einschränkungen in Sachen Kleiderordnung. Reine Geschmacksfrage: Ein allzu tiefes Dekolleté muss aber nicht unbedingt sein. Zudem sollte man gegengeschlechtliche Distanz wahren. Für die Herren der Schöpfung gilt, Anzug und Krawatte sind ein Muss. Versteht sich eigentlich von selbst, sollte dennoch erwähnt werden: Der Staff sollte am Stand weder essen noch rauchen. Service und Dienstleistung werden im arabischen Raum groß geschrieben. Behandeln Sie jeden Besucher auf Ihrem Stand als VIP. Viele lokale Unternehmer schicken ihre Mitarbeiter erst einmal auf Informationstour, und besuchen erst danach selbst die ausgewählten Stände. Sie sollten nicht

bereits an dieser Vorauswahl scheitern. Es muss immer ein Handlungsbevollmächtigter in Reichweite sein. Beachten Sie zudem interne Hierarchiestufen. Es macht im arabischen Raum keinen guten Eindruck, wenn Sie als Chef selbst die Kaffeetassen wegräumen ...

Die arabische Geschäftskultur ist beziehungsorientiert. Eine feste Beziehung kommt vor dem Geschäft. Daher ist es wichtig, sich gastfreundlich zu erweisen und persönliche Kontakte während der Messe zu pflegen. Nutzen Sie während der Messe die zahlreichen formellen und informellen Events. Hier spielt die eigentliche Musik.

Das „Follow Up“ nicht vergessen

Entscheidend für Ihren geschäftlichen Erfolg ist eine gezielte Nachbereitung der Messe. Das „Follow Up“ kann wettbewerbsentscheidend sein. Hier reicht kein Formbrief aus. Versehen Sie Ihre Korrespondenz stets mit einer persönlichen Note. Haben Sie eine Handy-Nummer erhalten, rufen Sie zusätzlich noch einmal an, um sich zu bedanken. Das „Follow Up“ sollte möglichst zeitnah nach dem Messeauftritt erfolgen. Denn auch hier gilt: Aus den Augen, aus dem Sinn. Halten Sie nachhaltigen Kontakt. Schnelle Geschäftsabschlüsse auf Messen sind eher die Ausnahme. Daher ist es umso wichtiger, die persönlichen Kontakte nach der Messe langfristig auszubauen.

Bleibt mir nur noch, Ihnen viel Erfolg bei Ihrer nächsten Messe am Golf zu wünschen. Weitere Informationen erhalten Sie übrigens auch beim Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. unter: www.auma-messen.de

So long – Ila-l-liqa – Bis demnächst und zur nächsten Ausgabe, in der es dann um „Die hohe Kunst des Verhandeln“ geht. ■

Autorin **Dr. Gabi Kratochwil** ist Trainerin für interkulturelle Kommunikation und freie Journalistin mit langjähriger Erfahrung im arabischen Raum. Als promovierte Islamwissenschaftlerin berät sie führende deutsche Unternehmen, Institutionen und Verbände bei ihren Geschäftsbeziehungen in arabische Länder. Zahlreiche Publikationen, Vortragsreihen und Beiträge in Printmedien und Hörfunk (WDR) zum arabischen Raum und Islam.

Seminar Informationen:

CrossCultures ■ Interkulturelle Kommunikation

Dr. Gabi Kratochwil, Hauptstrasse 100, D-50226 Frechen

Fon/Fax: +49 (0) 22 34 - 95 10 64, Email: info@cross-cultures.de, www.cross-cultures.de

