

Persönlich investieren

VDI nachrichten, Köln, 4. 7. 08, cha -

Es könnte prima laufen. Deutsche Unternehmer genießen in arabischen Ländern große Wertschätzung, sie gelten als fleißig und zuverlässig. Doch wenn sie die Spielregeln der arabischen Kultur nicht kennen, kann ihr Geschäft in Sekunden schnelle platzen.

Da gibt es den Manager aus Mannheim, der kurz vor Unterzeichnung des Vertrages einem Scheich aus Abu Dhabi erklärte, wie gerne er am Persischen Golf weile. Der Scheich empörte sich – und war nicht mehr zu einer Unterschrift zu bewegen. Merke: Der Persische Golf ist aus Sicht der Einheimischen der Arabische Golf.

Da gibt es den Geschäftsführer, der auf einer Messe seinen Stand selbst aufbaut. Und die Kaffeetassen wegräumt. „Das kommt bei Arabern schief an“, warnt Gabi Kratochwil, Islamwissenschaftlerin und Trainerin für interkulturelle Kommunikation. Wer ernst genommen werden möchte, sollte keinen Zweifel an seiner Führungskompetenz nähren. Diese muss jederzeit sichtbar sein, auch auf Visitenkarten. Kratochwil: „Bezeichnungen wie Area Sales Manager sind in Deutschland üblich, reichen aber nicht aus.“ Da sollte ein Senior oder Director hinzugefügt werden.

Das Interesse an arabischen Ländern ist derzeit groß, viele westliche Unternehmen möchten am Golf Geschäfte machen und sind bereits vor Ort. „Das ist auch eine einmalige Chance, eine alte Kultur kennenzulernen“, so Markus Lempa vom Expertenetzwerk Memocine. Mit seiner Geschäftspartnerin Faranak Gaini-Rahimi berät Lempa mittelständische Firmen auch im Umgang mit arabischen Unternehmern. Der Übergang zwischen Tradition und Fortschritt sei im Orient teilweise hart. Wer nicht bereit sei, diese Quantensprünge zu akzeptieren, sei vermutlich nicht geeignet für langfristige Geschäfte im arabischen Raum.

Die Arabische Liga besteht aus 22 Staaten, und natürlich gibt es zwischen ihnen kulturelle Unterschiede, ebenso innerhalb dieser Länder. Eines verbindet jedoch alle Menschen: die große



Das Interesse an arabischen Ländern ist derzeit groß, viele westliche Unternehmen möchten am Golf Geschäfte machen und sind bereits vor Ort. Doch damit es klappt mit dem arabischen Geschäftspartner, sind einige Spielregeln einzuhalten. Foto: Mauritius

Bedeutung persönlicher Beziehungen. Diese gelten auch bei der Anbahnung von Geschäften als Schlüssel zum Erfolg. Viele westliche Unternehmer unterschätzen diese Komponente oder halten sie für unprofessionell. „Sie nehmen sich zu wenig Zeit und gehen sehr abschlussorientiert vor“, weiß Gabi Kratochwil. Oft machen sie zu viele Termine an einem Tag, nehmen sich für Smalltalk nur wenig Zeit. Ein großer Fehler. Der arabische Geschäftspartner fühlt sich dann als Mensch missachtet.

Wer hingegen viel Aufmerksamkeit in sein Gegenüber investiert, flexibel

bleibt und private Themen nicht ausklammert, vergrößert seine Chancen auf eine verlässliche und nachhaltige Beziehung. Als Belohnung winken oft weitere Aufträge. Ein arabisches Sprichwort verspricht: „Geduld schmeckt bitter, aber sie trägt süße Früchte.“

Beim Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung können Monate

ins Land gehen. Präsenz vor Ort ist deshalb ein entscheidender Faktor im Wettbewerb. „Entscheidungen am Golf können sich bis zu drei Jahre hinziehen“, weiß auch Alf Bolte. Der Vertriebsleiter bei Besser in Emden, einem Hersteller von Fertigungsanlagen, fährt seit mehreren Jahren nach Saudi-Arabien und kennt die Verhandlungsstrategien.

Auch Frauen können in muslimischen Ländern Geschäfte machen.

„Westliche Frauen gelten als das dritte Geschlecht“, so Gabi Kratochwil. Sie sollten jedoch auf körperliche Distanz zu ihren Geschäftspartnern achten. Und in Saudi-Arabien das Businesskostüm gegen das traditionelle Gewand, die Abaya, tauschen. In konservativen Kreisen kann es passieren, dass ein Araber ihr nicht die Hand gibt. Was jedoch Respekt bezeugt, betont Kratochwil. Umgekehrt sollten Männer einer Araberin nicht sofort die Hand geben, sondern abwarten, ob sie es tut.

Ein Prüfstein für Geschäftsbeziehungen sind auch Einladungen zum Essen. „Nur der Geizige weist den Freizügigen ab“, so ein Sprichwort. Kratochwil warnt: „Damit lehnen Sie die Gastfreundschaft ab.“ Ebenso unhöflich ist es jedoch, sofort zuzugreifen. Die Lösung heißt: Höfliches Zieren. Umgekehrt muss der Gastgeber einem Araber dreimal etwas anbieten, bevor er es annimmt.

„Was halten Sie vom Irakkrieg?“ Auf heikle politische Fragen sollte der Arabienreisende vorbereitet sein. Solche Themen werden gerne angesprochen, sagt Gabi Kratochwil. Araber testen, wer Freund oder Feind sei. Seit den Anschlägen in New York herrscht in der arabischen Welt eine große Empfindlichkeit – liberale Muslime fühlen sich mit fanatischen Glaubensgenossen in Sippenhaft genommen. Die Antwort auf eine schwierige Frage sollte immer diplomatisch sein und Respekt ausdrücken. Markus Lempa vom Expertenetzwerk Memocine empfiehlt für politische Themen eine Frage-Antwort-Liste, die alle Mitarbeiter kennen sollten.

ANNETTE ZELLNER

Weitere Informationen

www.cross-cultures.de
www.bfai.de (Bundesagentur für Außenwirtschaft)
www.ahk.de (Außenhandelskammern)

Buchtipp: Gabi Kratochwil:
Business-Knigge: Arabische Welt. Verlag Orell Füssli, Zürich
2006, 224 S., 29,80 €.