

Auftakt Seite 1
International verhandeln

Nachgefragt Seite 2/3
Verhandlungsführung
im Nahen- und Mittleren
Osten

Plattform Seite 4/5
Interkulturell verhandeln
mit dem Harvard-Konzept

Kultur & Kommunikation Seite 6
Das Portfolio von
culture.communication

Termine Seite 8
Interkulturelle Seminare
und Konferenzen im
Überblick

Lesenswertes Seite 8
...aus der Bücherecke

PLATTFORM

Das Magazin für interkulturelle Wirtschaft



PLATTFORM das Magazin für interkulturelle Wirtschaft

Ausgabe 01

International verhandeln

Was Marathon und Verhandlungen gemeinsam haben

Wer einen Marathon läuft, tut dies selten ohne eine intensive und gezielte Vorbereitung. Und trotz einer umfangreichen Vorbereitungszeit bleibt der Lauf selbst für trainierte Sportler eine ernst zu nehmende Herausforderung.

Marathonlaufen und Verhandlungen haben insofern einiges gemeinsam. Neben der Ausdauer, die man im Marathon ebenso wie in internationalen Verhandlungen häufig mitbringen muss, können Sie in beidem nur dann wirklich gut und erfolgreich sein, wenn Sie sich sorgfältig darauf vorbereiten.

Bücher sind eine Wissensquelle, auf die Manager, Export- und Vertriebsleiter, die internationale Verhandlungen führen, gerne zurückgreifen. Sie enthalten durchaus nützliche Hinweise und Tipps zum Verhandeln mit Indern, Chinesen, Brasilianern, Japanern etc.

Denjenigen, die innerhalb einer kurzen

» Zwischen zwei Chinesen gibt es mindestens genauso viele Unterschiede wie zwischen zwei Deutschen. «

Zeitspanne Verhandlungen mit Geschäftspartnern aus verschiedenen Nationalitäten führen, dürfte damit nur bedingt geholfen werden. Hier stoßen sie schnell an Grenzen.

Die Nationalität Ihres Verhandlungspartners stellt in aller Regel nur einen unter mehreren kulturellen Einflüssen auf die Verhandlung dar. Darüber hinaus führt die Verallgemeinerung kultureller Unterschiede schnell zu einer Unterschätzung der mit interkulturellen Verhandlungen verbundenen Risiken.

Zwischen zwei Chinesen gibt es mindestens genauso viele Unterschiede wie zwischen zwei Deutschen. Die Individualität Ihres Gesprächspartners sollten Sie daher niemals aus den Augen verlieren.

Mit dem Thema „Interkulturelle Verhandlungsführung“, greifen wir in der ersten Ausgabe dieses Newsletters ein Thema auf, das aufgrund der fortschreitenden Globalisierung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Zukünftig werden wir alle drei bis vier Monate ein aktuelles Thema aus dem interkulturellen Bereich anhand von Experteninterviews und kurzen Beiträgen aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten. Plattform – das Magazin für interkulturelle Wirtschaft, soll dabei als Bühne für Austausch, neue Entwicklungen und Best-Practice-Beispiele dienen und Ausblick auf neue Perspektiven und Handlungsansätze zum jeweiligen Thema bieten.

► www.culturecommunication.de



Interview

Nachgefragt

Verhandlungsführung im Nahen- und Mittleren Osten



Dipl.-Ing. (FH) Lars Baumann, MBA

Herr Baumann lehrt an der Fachhochschule Hannover unter anderem Internationales Projektmanagement, Geschäftsprozessanalyse und -modellierung. Er ist darüber hinaus Lecturer an der Aston University, Birmingham-England (Global Project Management) sowie Mitglied der Forschungsgruppe Operations und Information Management, Birmingham. Herr Baumann hat langjährige Erfahrung als Projektleiter internationaler IT-Projekte vor allem im Nahen- und Mittleren Osten.

Herr Baumann, Sie haben langjährige Erfahrungen mit dem Management internationaler IT-Projekte vor allem in verschiedenen arabischen Ländern. Dabei haben Sie auch eine Vielzahl von Verhandlungen begleitet. Was sind die Besonderheiten bei Vertragsabschlüssen im Nahen- und Mittleren Osten?

Ein Vertragsabschluss in einem arabischen Land ist insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen eine Herausforderung. Bei größeren Kunden hat man es häufig mit staatlichen Unternehmen zu tun. Ein direkter Vertragsabschluss ist aufgrund von gesetzlichen Regelungen nicht möglich. Sogenannte „Contractors“ mit dem Recht, internationale Verträge mit Staatsunternehmen zu schließen, müssen in die Vertragsverhandlungen einbezogen werden.

Gibt es Alternativen?

Ja, zum Beispiel die Gründung eines Joint-Venture-Unternehmens mit einem arabischen Geschäftspartner.

Was sind die Herausforderungen dieser beiden Arten?

Beide Varianten erfordern neben einer guten Kenntnis des lokalen Marktes, dass die richtigen Schritte auf dem Weg zu einem Vertragsabschluss beschritten werden.

Das beschriebene Umfeld führt im Ergebnis dazu, dass in die Vertragsverhandlungen neben dem eigentlichen Endkunden auch Vertreter der Kontraktoren und Rechtsanwälte eingeschaltet werden.

Wie verhält sich die arabische Verhandlungsführung im Gegensatz zur deutschen?

Für die arabische Seite ist es wichtig, dass dem deutschen Geschäftspartner vertraut wird.

In meinen mittlerweile 8 Jahren Erfahrungen in der Geschäftsanbahnung im

» Versuchen Sie, genügend Zeit und Ausdauer mitzubringen, und behandeln Sie Ihr Gegenüber stets mit Respekt. «

arabischen Raum habe ich erlebt, wie in der Phase des Vertrauensaufbaus der Eindruck entsteht, es geht bezogen auf den geplanten Geschäftsabschluss nicht voran. Die unterschiedliche kulturelle Prägung wird oft unterschätzt. Häufige Geschäftsessen und das Kennenlernen neuer

Gesprächspartner gehört zur Geschäftsanbahnung genauso dazu, wie die Beantwortung vermeintlich „privater“ Fragen zu den Themen Religion, der persönlichen Lebensführung oder dem eigenen Verhältnis zu den Eltern und gelebten Werten. Während in der deutschen Geschäftskultur diese

Aspekte nicht oder nur wenig Relevanz haben, wird man keinen Auftrag in einem arabischen Land abschließen, wenn man sich bei diesen Themen verschließt. Die Rituale rund um den Vertrauensaufbau sind in der arabischen Kultur tief verwurzelt und haben auch heute noch eine große Bedeutung. Ich würde sogar

» Die Rituale rund um den Vertrauensaufbau sind in der arabischen Kultur tief verwurzelt und haben auch heute noch eine große Bedeutung. «

haben, man mit Ihnen eine langfristige Geschäftsbeziehung plant. Zeiträume von 15–20 Jahren für eine Zusammenarbeit sind dabei üblich. Häufig werden diese Kontakte sogar bei einer Nachfolge des

arabischen Geschäftspartners vererbt und weiter gegeben.

Was sollte neben dem Aufbau von Vertrauen beachtet werden?

Neben dem Vertrauensaufbau gehört eine intensive Verhandlungsführung kurz vor Ihrem ersten Auftrag dazu. Sie sollten



soweit gehen, dass ohne Vertrauen ein Geschäftsabschluss unmöglich ist.

Haben Sie aufgrund Ihrer Erfahrung spezielle Tipps für Unternehmer, die vorhaben, im Nahen- und Mittleren Osten eine Geschäftsbeziehung aufzubauen?

Mein Tipp für Unternehmer, die in der Region Fuß fassen wollen, ist die gründliche Vorbereitung auf die arabische Kultur und sich bewusst zu sein, auch auf private Fragen ehrlich zu antworten. Weiterhin empfehle ich für die Phase des Kennenlernens zwischen 6–12 Monate Zeit einzuplanen. Sobald Ihr Gegenüber Ihnen vertraut, folgen zeitnah die ersten Aufträge.

Womit sollte vor einer Verhandlung gerechnet werden bzw. was sollte vorab organisiert werden?

Der Aufwand für Reisen, und die damit verbundenen Kosten von Vor-Ort-Einsätzen sollten realistisch kalkuliert werden. Stellen Sie eine Person ab, die die Kontaktpflege in der Region betreibt. Weiterhin müssen Sie damit rechnen, die investierten Kosten nicht mit den ersten Aufträgen kompensieren zu können. Gehen Sie davon aus, dass, wenn Sie Vertrauen mit einem Geschäftspartner aufgebaut

sich auf diese Phase ebenfalls gut vorbereiten. Rechnen Sie damit, dass, nachdem Sie mit dem ersten Verhandlungspartner Einigung erzielt haben, weitere Verhandlungen mit Vorgesetzten folgen, die ebenfalls einen Verhandlungserfolg erwarten. Sie sollten somit etwas mehr Puffer in Ihrer Kalkulation einplanen als üblich. Auch Verhandlungspausen von 1–2 Tagen sind keine Seltenheit. Auch hier gilt: Die ersten Verhandlungen sind die härtesten, und Sie werden erleben, dass Sie Folgeaufträge erhalten, bei denen teilweise gar nicht mehr verhandelt wird.

Ein abschließender Rat?

Mein Rat ist: Öffnen Sie sich für eine neue Geschäftserfahrung und bereiten Sie sich auf die kulturellen Aspekte ausreichend vor. Versuchen Sie, genügend Zeit und Ausdauer mitzubringen, und behandeln Sie Ihr Gegenüber stets mit Respekt. Aussagen wie „Ich gehe bis Betrag x und nicht weiter“ sind problematisch und führen schnell zum Ende der Verhandlungen und der Geschäftsbeziehung. Verhandeln Sie in kleineren Schritten, so dass Sie aber immer die Möglichkeit haben, noch etwas nachzugeben.

Gesprächspartnerin: Sylwia Chalupka-Dunse,
Geschäftsführerin von culture.communication



KOMMENTAR

Seit Jahren haben die arabischen Länder eine herausragende Bedeutung als wachstumsstarker Wirtschaftsraum. Dies spiegelt sich vor allem in den steil ansteigenden Exportzahlen und Investitionsvolumina deutscher Unternehmen wider.

Der arabische Markt bietet jedoch nicht nur vielversprechende Chancen, sondern hält auch verborgene Risiken bereit. Wer mit arabischen Geschäftspartnern in Verhandlungen treten möchte, muss sich bewusst sein, dass die etablierte Geschäftswelt ihre eigenen Regeln pflegt, die mit den deutschen Sitten nicht immer übereinstimmen. Wichtigste Grundlagen für den Verhandlungserfolg im Nahen- und Mittleren Osten sind neben dem Aufbau intensiver und vertrauensvoller Beziehungen zu den arabischen Geschäftspartnern auch eine respektvolle Berücksichtigung der kulturellen Gegebenheiten.



WUSSTEN SIE SCHON ...

dass es gute und schlechte Zeiten zum Verhandeln gibt?

Verhandlungen während Feiertagen und kulturellen Ereignissen sind gewöhnlich schwierig. Die Zeit des Ramadan ist zum Beispiel im Allgemeinen nicht die beste Zeit, um im Nahen Osten Geschäfte zu machen, da meist von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang gefastet wird. Feiertage und Festtage sind von Land und Kultur abhängig. Es ist daher sehr wichtig, den Kalender der Verhandlungspartner zu kennen, um diese Besonderheiten bei der Planung zu berücksichtigen. Eine Übersicht über wichtige religiöse Feiertage und deren Bedeutung im geschäftlichen Kontext finden Sie unter: www.culturecommunication.de

Plattform-Thema



Alles reine Verhandlungssache?

Wie sich das Harvard-Konzept in interkulturellen Verhandlungen umsetzen lässt



Irka Fürle ist Partnerin und geschäftsführende Gesellschafterin von culture.communication. Sie studierte Rechtswissenschaften und Interkulturelle Wirtschaftskommunikation an der Universität in Jena. Die Rechtsanwältin und zertifizierte Wirtschaftsmediatorin ist spezialisiert auf die Bereiche Interkulturelle Verhandlungsführung und Konfliktmanagement. Sie lebte und arbeitete in Italien und den USA.

Die Globalisierung stellt Manager, Export- und Vertriebsleiter vor neue Herausforderungen. Die weltweite Suche nach neuen Kunden, Zulieferern oder Geschäftspartnern setzt die Fähigkeit voraus, in allen oder zumindest vielen Teilen der Welt erfolgreich Verhandlungen zu führen. Verhandlungen im internationalen Kontext sind jedoch häufig mit viel mehr Unsicherheiten behaftet, als Verhandlungen im eigenen, vertrauten Umfeld.

Nach welchen Spielregeln laufen Verhandlungen in anderen Kulturen ab? Wie kann oder sollte ein bestimmtes Verhalten interpretiert werden? Wann ist der richtige Zeitpunkt, um zum Abschluss zu kommen? Welche Rolle spielt der Zeitfaktor?

Internationale Verhandlungen sind durch eine Vielzahl unterschiedlicher Faktoren auf viele verschiedene Weisen geprägt. Wenn auch nicht der einzige Faktor, so sind kulturelle Unterschiede doch ein wichtiges Element bei internationalen Verhandlungen. Der erfolgreiche Verhandler muss diese Faktoren identifizieren, bewerten und flexibel darauf reagieren können.

Dabei ist es kaum möglich, die kulturellen Besonder- und Eigenheiten aller

» Es ist kaum möglich, die kulturellen Besonder- und Eigenheiten aller Verhandlungspartner genau zu kennen. «

Verhandlungspartner genau zu kennen. Die zunehmende Komplexität internationaler Beziehungen erfordert daher universell gültige Vorgehensweisen, die sich je nach Erfordernis auf individuelle Situationen anpassen lassen.

Neben zahlreichen Unterschieden gibt es zwischen internationalen Verhandlungspartnern auch einige Gemeinsamkeiten. Eine Gemeinsamkeit und der Grund, warum sich Verhandlungspartner an einen Tisch setzen, ist regelmäßig das gemeinsame Interesse an einem guten Verhandlungsergebnis. Wie ein gutes

Verhandlungsergebnis subjektiv von den einzelnen Verhandlungspartnern definiert wird, kann durchaus divergieren. Wenn wir jedoch davon ausgehen, dass beide Verhandlungspartner eine konstruktive Grundeinstellung haben und ein positives Verhandlungsergebnis (Win-Win-Situation) auf beiden Seiten im Mittelpunkt steht, so sind die im Rahmen des „Harvard Negotiation Project“ an der Harvard Law School von Roger Fisher, William Ury und Bruce Patton entwickelten Grundsätze für sachgerechte und faire Verhandlungen weltweit erfolgsversprechend.

Verhandlungen nach dem renommierten Harvard-Prinzip folgen einem einfachen Muster und basieren auf den folgenden vier Grundprinzipien:

Zwischen Beziehungs- und Sachebene unterscheiden

Verhandlungen finden stets auf zwei Ebenen statt: der sachlichen Ebene (Verhandlungsgegenstand) und der Beziehungsebene (Emotionen der beteiligten Personen und ihre Beziehung zueinander). Beide Ebenen müssen bei der Verhandlungsführung beachtet werden, denn eine rein sachliche Verhandlung

gibt es nicht. Die Beziehungsebene hat dabei unmittelbare Auswirkungen auf die Sachebene.

Eine gute Arbeitsbeziehung beeinflusst unmittelbar das sachliche Ergebnis der Verhandlungen, eine schlechte Arbeitsbeziehung kann im schlimmsten Fall zum Abbruch der Verhandlungen führen, obwohl auf der bloßen Sachebene durchaus eine Lösung erzielt werden könnte. Das Vermischen von Sach- und Beziehungsebene ist ausgesprochen menschlich, in Verhandlungen aber ausgesprochen kontraproduktiv. Um sich erfolgreich mit beiden Elementen auseinander zu setzen, müssen sie voneinander getrennt und anders behandelt werden: "hart" in der Sache, "weich" gegenüber der Person.



Interessen und Vorstellungen erforschen anstatt Stellungen zu beziehen

Ein häufiger Fehler bei Verhandlungen ist, dass die Verhandlungsparteien über Positionen feilschen. Dies ist nicht nur zeitraubend, sondern häufig auch wirkungslos. Die einzige Lösung, die auf dieser Ebene erzielt werden kann, ist ein Kompromiss, der für beide Parteien in aller Regel gleich unbefriedigend ist. Ein weiteres wichtiges Grundprinzip des Harvard-Konzeptes ist daher, die hinter den Positionen liegenden Interessen zu ergründen und sich gegenseitig über die jeweiligen Vorstellungen ins Bild zu setzen. Auf der Basis ihrer gemeinsamen Interessen können die Verhandlungsparteien in einem nächsten Schritt nach konstruktiven Lösungen suchen.

Optionen gemeinsam erarbeiten

Das dritte Grundprinzip der Harvard-Methode ist die planvolle Entwicklung von Lösungsalternativen. Dahinter steckt die Erkenntnis, dass das Beharren auf der "einzigen wahren Lösung" und die vorschnelle Ablehnung eines anderen Lösungsmodells oft in eine Sackgasse führen. Vor allem beim Suchen nach Optionen, die die Interessen beider Seiten gleichermaßen befriedigen, ist Kreativität gefragt.

Neutrale Beurteilungskriterien entwickeln

Die langfristige Akzeptanz einer getroffenen Vereinbarung hängt ganz wesentlich davon ab, ob die beteiligten Verhandlungspartner die Lösung als ausgewogen und nachvollziehbar betrachten. Um entwickelte Lösungsoptionen möglichst objektiv bewerten zu können, sollten neutrale Beurteilungskriterien herangezogen werden. Dabei geht es vor allem darum, eine Lösung auf nachvollziehbare und legitime Prinzipien zu gründen. Dies können einerseits Kriterien sein, auf die sich beide Parteien gemeinsam verständigt

haben oder die von keiner der Parteien beeinflusst werden können. Zu letzterem zählen z.B. Marktpreise, Gutachten oder auch Handelsbräuche.

» Verhandlungsführer müssen die Fähigkeit entwickeln, kulturelle Unterschiede zu erkennen, richtig interpretieren und flexibel darauf reagieren zu können. «

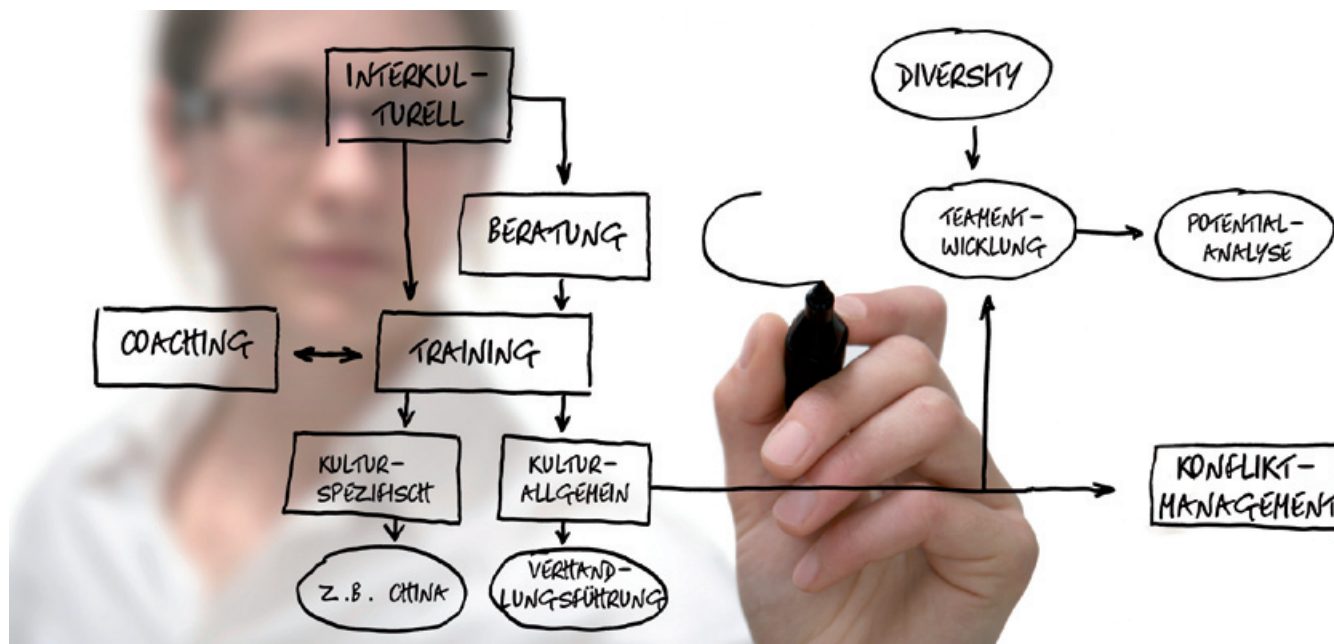
Um das Harvard-Konzept auch im interkulturellen Kontext erfolgreich einsetzen zu können, bedarf es neben der Methodenkenntnis zusätzlich interkultureller Verhandlungskompetenz. Verhandlungsführer müssen die Fähigkeit entwickeln, kulturelle Unterschiede zu erkennen, richtig interpretieren und flexibel darauf reagieren zu können. Diese Art von Verhandlungskompetenz ist nicht angeboren. Sie kann jedoch gezielt und bewusst z.B. durch Trainingsmaßnahmen oder Einzelcoachings weiterentwickelt werden.

Erfolg bei interkulturellen Verhandlungen ist keine Glückssache! Er ist das Ergebnis guter Vorbereitung und einer ausgeprägten interkulturellen Verhandlungskompetenz.



Wie ist Ihre Meinung zu diesem Thema? Nutzen Sie unsere Diskussion-Seite um sich mit anderen Interessierten und uns auszutauschen.

► www.culturecommunication.de



Kultur & Kommunikation – facettenreich und vielfältig

Das Portfolio von culture.communication



Sylwia Chalupka-Dunse & Irka Fürle
Geschäftsführende Gesellschafterinnen
von culture.communication.

Holländischer Bellefleur, polnischer Zucker, spanischer Pepping, Zürcher Transparent: Wussten Sie, dass es mehr als 1.500 Apfelsorten gibt? Geschmack, Konsistenz, Süßegrad – jeder Apfel ist auf seine Weise etwas ganz Besonderes. Ebenso verfügt jeder Ihrer Mitarbeiter über ein einzigartiges Potenzial – gerade, wenn Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation in einem interkulturellen Kontext agiert. Es gilt, die Chancen dieser Vielfalt wahrzunehmen, in die richtigen Bahnen zu lenken. Und sie erfolgreich zu nutzen.

» Es gilt, die Chancen dieser Vielfalt wahrzunehmen, in die richtigen Bahnen zu lenken. Und sie erfolgreich zu nutzen. «

Wir von culture.communication unterstützen Sie dabei.

Das sind wir:

Unser Unternehmen ist eines der führenden interkulturellen Beratungs- und Trainingsinstitute in Norddeutschland. Unser Name ist Programm: „Kultur ist Kommunikation und Kommunikation ist Kultur. Unsere Kultur ist Kommunikation.“ Gemeinsam im Dialog mit Ihnen erarbeiten wir die für Ihre Organisation stimmigen Konzepte, um erfolgreich am internationalen Markt zu agieren und Ihre internationalen Teams bei einer zielführenden Kommunikation zu unterstützen.

Das leisten wir für Sie:

- Trainings, Beratungen und Coachings für alle interkulturellen Schnittstellen
- Konfliktmanagement und interkulturelle Verhandlungsführung in Form von Trainings, fallspezifischen Coachings, Moderation und Mediation
- interkulturelle Potenzialanalyse.

Unsere Partner:

Um Ihnen für Ihre spezifischen Fragestellungen die besten Lösungen bieten zu können, greifen wir auf ein interdisziplinäres Netzwerk von internationalen Experten, Trainern und Coaches mit Kompetenz für über 57 Länder zurück.

Ausgezeichnet:

culture.communication ist mehrfach ausgezeichnet. Wir sind unter anderem Preisträger des START-AWARD Niedersachsen 2009 und waren im Oktober 2009 Gründer des Monats der Financial Times Deutschland.



WUSSTEN SIE SCHON ...

dass Verhandlungen oftmals aufgrund unzureichender Vorbereitung scheitern?

Nach einer Studie des Hernstein Institut für Management und Leadership der Wirtschaftskammer Wien, in der 450 Führungskräfte aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt wurden, nehmen sich Führungskräfte zu wenig Zeit für die Planung und Vorbereitung und setzen dabei oftmals „falsche“ Schwerpunkte.

- ▶ Nur 26 % der Befragten wenden mehr als 30 Minuten für eine mindestens einstündige Verhandlung (keine Besprechung) auf.
- ▶ Obwohl 85 % der Führungskräfte der Verhandlungsführung als Managementaufgabe einen sehr hohen oder hohen Stellenwert beimessen, wenden 10 % darüber hinaus weniger als 10 Minuten auf.

Die Hälfte der Vorbereitungszeit wird für Sachinhalte der Verhandlung und für Verhandlungsziele in Anspruch genommen. Somit wird am wenigsten Zeit aufgewendet, um die Persönlichkeitsmerkmale des Verhandlungspartners zu erkunden und um sich selbst mental auf die Verhandlung einzustimmen.

Zur Studie: http://www.hernstein.at/Wissen/Hernstein_Management_Report/Reports_2004_bis_2008/Management_-_Verhandlungsfuehrung/

Haben Sie Fragen?
Sprechen Sie uns an.

Wir sind gerne für Sie da:
0511/22864780
oder unter:

▶ www.culturecommunication.de



Impressum

- ▶ Herausgeber
culture.communication GbR
- ▶ Redaktion
Sylvia Chalupka-Dunse
Irka Fürle
Anna Strachowska
Anne Marie Strack
- ▶ Grafik
www.jdesign-agentur.de
- ▶ Bilder
Stock (S.1,3,5,6), Fotolia (S. 2, 7, 8), Rotond (S. 4,6,7)

Vorschau



In der nächsten Ausgabe erwartet Sie das Thema „Auslandsentsendung“.

- ▶ Wie können Sie Ihre Mitarbeiter auf eine Auslandsentsendung optimal vorbereiten?
- ▶ Wie können Sie Abbruchquoten von Auslandsassignments und damit Kosten reduzieren?
- ▶ Welche Maßnahmen sind sinnvoll, um ihren Mitarbeiter den Wiedereinstieg zu Hause zu erleichtern?

Lesen Sie mehr in der nächsten Ausgabe von „PLATTFORM – das Magazin für interkulturelle Wirtschaft“.

Erscheinungsdatum: Mitte Juli 2010.

Konferenzen / Tagungen

Polen

► Poznań

21. – 23.04.2010

CONFERENCE Intercultural Awareness in Business

Mehr Informationen:
<http://ic.put.poznan.pl/>

Deutschland

► Berlin

29.05.2010

3rd European Type Conference: Diversity is Fact – Education is Key

Mehr Informationen:
www.typeconference.eu/

► Berlin

11.-16. April 2010

Europe meets Russia - A forum for young leaders: The European-Russian Relationship in the next Decade: Priorities and Strategies

Mehr Informationen:
www.culturaldiplomacy.org/youngleadersforums

► Hamburg

12. – 15.10.2010:

ECREA 2010 - 3rd European Communication Conference: "Transkulturelle Kommunikation - Interkulturelle Vergleiche"

Mehr Informationen:
www.ecrea2010hamburg.eu/

Dänemark

► Kopenhagen

19. – 20.08.2010

International Conference on Cultural Collaboration, Copenhagen Business School

Mehr Informationen:
<http://uk.cbs.dk>

Lettland

► Riga

20. – 22.08.2010

10th Conference on European Business Communication/ Europäische Wirtschaftskommunikation: "Local Aspects of European Business Communication"

School of Business Administration Turiba, Mehr Informationen:
www.turiba.lv

Frankreich

► Lille

28.10. – 30.10.2010

2010 SIETAR Congress: "Human Rights and Diversity: from civil society to organizational practices"

Mehr Informationen:
www.sietar-france.org

USA

► Notre Dame IN.

30.09. – 02.10.2010

CWIL Conference 2010 - Women as Cultural Leaders: Imagination, Innovation, Integrity

Saint Mary's College, Mehr Informationen: www.centerforwomeninleadership.org

Seminare

Projektmanagement im interkulturellen Kontext: Arabische Welt

Der Erfolg von Projekten in der arabischen Welt hängt stark von einem oft unterschätzten Faktor ab: der interkulturellen Kompetenz der Manager, Fachkräfte und Mitarbeiter in der Kommunikation und Zusammenarbeit. Das Seminar trainiert die Fähigkeit, interkulturelle Aspekte aktiv und systematisch in die Planung und Durchführung von Projekten einzubeziehen. Das erhöht die Lösungsorientierung, Flexibilität, Kreativität sowie die Motivation und hilft letztlich, den Erfolg der Unternehmung zu sichern.

06.05.2010 – 08.05.2010 München
firmenintern auf Anfrage

Erfolgreich verhandeln mit internationalen Geschäftspartnern

Die Fähigkeit, interkulturelle Missverständnisse zu erkennen und sie konstruktiv zu lösen, ist die Basis, Verhandlungen erfolgreich zum Abschluss zu bringen. Die zunehmende Komplexität internationaler Beziehungen erfordert dabei Vorgehensweisen, die sich auf individuelle Situationen anpassen lassen. Das Training zeigt anhand von Fallbeispielen und Übungen den Einfluss kultureller Faktoren auf Verhandlungssituationen auf und vermittelt Techniken der interkulturellen Verhandlungsführung.

17.06.2010 – 18.06.2010 Hannover
30.09.2010 – 01.10.2010 Hannover
firmenintern auf Anfrage

Termine

Buchtipp



Raymond Saner: Verhandlungstechnik – Strategie, Taktik, Motivation, Verhalten, Delegationsführung, Verlag: Paul Haupt, Bern/Stuttgart/Wien 2008, 262 Seiten, 38,50 EUR



Hong Graichen-Zhang, Winfried U. Graichen: Die Drachen-Strategie – Erfolgreich verhandeln mit Chinesen, Verlag: Orell Fuessli, Zürich 2009, 200 Seiten, 32,90 EUR



Peter Sawitzki: International verhandeln – Interkulturelle Kommunikation im Business, Deutscher Wirtschaftsdienst, Verlag: Wolters Kluwer Deutschland, Köln 2007, 266 Seiten, 39,90 EUR

Horizont