

Pressemitteilung

Servicebeitrag: Do's and dont's im Umgang mit arabischen Geschäftspartnern

Erfolgsfaktoren für die Zusammenarbeit in der arabischen Welt

Freiburg, 24.11.2014 – Wer in der arabischen Welt erfolgreich Geschäftsbeziehungen knüpfen möchte, trifft einerseits auf konservativen Traditionalismus und andererseits auf eine multikulturelle Arbeitswelt. Was hilft, was schadet beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen? Tipps von unserem Referenten Andreas Hauser.

1. Beziehungsebene

Viel mehr als in westlichen Ländern wird in der arabischen Welt Wert auf den persönlichen Kontakt gesetzt. Gut beraten ist, wer sich die Zeit nimmt, eine Beziehung zum Businesspartner aufzubauen und sich auch verstärkt über private Themen austauscht. Wer sich zuerst auf den Menschen anstatt auf das Business ausrichtet und sich Zeit nimmt, eine vertrauensvolle Beziehung aufzubauen, wird die beruflichen Ziele besser erreichen – besonders wenn es einmal zu schwierigen Situationen oder Konflikten kommt.

2. Hierarchie

Das Verständnis von Macht und Einflussnahme folgt in der arabischen Welt den Regeln von Position, Seniorität und Respekt. Dabei kommt dem Status einer Person und ihrer Verankerung innerhalb der Organisation große Bedeutung zu. Entscheidungen werden in der Regel vom Chef getroffen – und um diesem auf Augenhöhe zu begegnen, sollte man sich entsprechend positionieren und zum Beispiel passende Visitenkarten bereithalten.

3. Religion

Der Islam ist die Basis der Gesellschaft in der arabischen Welt – aber in den einzelnen Ländern unterschiedlich wahrnehmbar und offensichtlich. Die meisten Tabuthemen basieren auf dem religiösen Grundverständnis. Wer sich mit den grundlegenden Regeln auseinandersetzt, kann seinen Respekt zeigen.

4. Nationalität

Nationalstolz ist ein Kennzeichen des arabischen Selbstverständnisses – trotz aller politischen und wirtschaftlichen Schwierigkeiten, die einige Länder gegenwärtig erfahren. In den Golfstaaten trifft man auf eine multikulturelle Arbeitswelt, die strikten, aber informellen Regeln nationaler Hierarchien folgt. Der adäquate Umgang mit dem Thema der Nationalidentität ist eines der Erfolgsrezepte bei der Arbeit vor Ort.

5. Kommunikation

Die Kommunikation mit arabischen Geschäftspartnern kann gerade in schwierigen Situationen durch Indirektheit geprägt sein. Oft steht nicht der Inhalt, sondern die respektvolle Art der Botschaft im Vordergrund – die Wortwahl kann über Erfolg oder Misserfolg der geschäftlichen Unternehmung entscheiden.

6. Individuum

Die Persönlichkeit des Businesspartners steht in der arabischen Welt oft stärker im Vordergrund als die Firma oder die Organisation. Bei Vorträgen, bei Meetings und bei Verhandlungen kommt es stark auf die Fähigkeit des Einzelnen an, als vertrauenswürdiger Partner akzeptiert zu werden – dabei kann der Inhalt mit Zahlen und Fakten schon mal in den Hintergrund rücken.

7. Zeit

Sich Zeit zu nehmen für ein Geschäft und vor allem für die Businesspartner ist in der arabischen Welt hoch angesehen und wird auch von westlichen Managern erwartet. Dies spiegelt sich in längeren Gesprächen und Verhandlungen wieder – doch wenn der Gesamteindruck passt, kann es auch überraschend schnell zu Entscheidungen kommen.

8. Gesellschaft

Bei allen Tätigkeiten legen die Menschen der arabischen Welt ein besonderes Augenmerk auf das soziale Umfeld und das öffentliche Ansehen. Das kann vom Kontakt zwischen Männern und Frauen über die Kleidung bis hin zu gesellschaftlichen Verpflichtungen gehen – jeder sollte sich dieser exponierten Rolle in der arabischen Welt bewusst sein!

Unser Referent Andreas Hauser zeigt in seinem zweitägigen Seminar „Erfolgreiche Zusammenarbeit mit arabischen Businesspartnern“ wie die Begegnung und Zusammenarbeit in der arabischen Welt funktioniert.

Mehr Informationen zum Seminar:

Link zum Seminar: <http://www.haufe-akademie.de/54.39>

Zum ausführlichen Fachbeitrag geht's hier: <http://hf-aka.de/1xG0M8a>

Pressekontakt:

Haufe Akademie GmbH & Co. KG

Kerstin Schreck
Pressecenter
Lörracher Str. 9, 79115 Freiburg

Tel: 0761 898-4542
Fax: 0761 898-99-4542
E-Mail: presse@haufe-akademie.de

Pressecenter der Haufe Akademie unter:

<http://www.haufe-akademie.de/presse>

Infos, News und Ihre Meinung: Vernetzen Sie sich mit uns auf

<http://www.haufe-akademie.de/googleplus>

<http://www.haufe-akademie.de/facebook>

<http://www.haufe-akademie.de/xing>

<http://www.haufe-akademie.de/twitter>

<http://www.haufe-akademie.de/youtube>

Über die Haufe Akademie

Die Haufe Akademie ist einer der führenden Anbieter für Qualifizierung und Entwicklung von Menschen und Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Passgenaue Lösungen, einzigartige Services, höchste Beratungskompetenz und individuelle Qualifizierung vereinfachen den Erwerb von Fähigkeiten und erleichtern nachhaltige Entwicklungen. Maßgeschneiderte Unternehmenslösungen, ein breites e-Learning Portfolio, Managed Training Services und Consulting unterstützen HR-Verantwortliche und Entscheider bei der Zukunftsgestaltung für Unternehmen. Mehr Kompetenz für Fach- und Führungskräfte ermöglicht ein umfangreiches Angebot an Seminaren, Qualifizierungsprogrammen, Lehrgängen, Tagungen und Kongressen. 2014 führte die Haufe Akademie über 1.950 firmeninterne Qualifizierungsmaßnahmen für Unternehmen aller Branchen sowie 3.500 Veranstaltungstermine zu rund 820 unterschiedlichen betrieblichen Themen in bundesweit 65 Städten durch. Rund 69.000 Teilnehmer setzten in diesem Jahr bei ihrer Weiterentwicklung auf die Kompetenz und Erfahrung der Haufe Akademie, die seit 1978 am Markt ist. Die Haufe Akademie ist ein Unternehmen der Haufe Gruppe. <http://www.haufe-akademie.de>