

## PRESSEINFORMATION

Karriere/Bildung/Wirtschaft  
Wien, 03. Februar 2010

### **Von Island bis Peru: Interkulturelles Know-How für Geschäftserfolg**

Women's Career Network (WCN) Vienna organisierte am 1. Februar 2010 im Hotel Hilton am Stadpark in Wien einen interkulturellen Management-**Workshop „Mastering Cross-Cultural Challenges in Business“** für TeilnehmerInnen aus über 20 Ländern aus den verschiedensten Geschäftssparten im internationalen Business. Der Workshop wurde von **Frau Ekaterina Beekes MBA**, einer gebürtigen Moskauerin und Gesellschafterin sowie Trainerin der interkulturellen Unternehmensberatung **ti communication Dr. Fischhof GmbH** moderiert. Die Vielfalt der Thematik reichte von den kulturellen Besonderheiten in dreizehn Ländern bis zu kommunikativen Anforderungen und Tabuthemen im Geschäftsleben. Rund 60 interessierte TeilnehmerInnen haben in Gruppen interkulturelle Konzepte zu **Peru, Österreich, Russland, USA, Holland, Serbien, Großbritannien und den skandinavischen Ländern** erarbeitet und präsentiert.

### **Zwiebel schälen: Kulturelle Hintergründe sind wichtig**

„Wie kann man eine Kultur mit einer Zwiebel vergleichen“ – hat **Ekaterina Beekes** am Anfang des Workshops gefragt und dabei goldgelbe Zwiebeln im Saal verteilt. Genauso wie eine Zwiebel, ist Kultur vielschichtig: um die Hintergründe des Verhaltens unserer ausländischen GeschäftspartnerInnen zu begreifen, müssen wir tiefere Schichten der kulturellen „Zwiebel“ erreichen, um zu verstehen, warum die Dinge so sind, wie sie sind. Wer auf der Oberfläche bleibt, tendiert dazu, das Verhalten der Menschen aus fremden Kulturkreisen mit eigenen Standards zu messen, was in der Regel im Geschäftsleben kontraproduktiv ist. Ein Teilnehmer hat z. B. in seiner Russland-Präsentation Kommunikationsunterschiede aus seiner internationalen Berufserfahrung dargestellt: bei Geschäftsbesprechungen tendieren Russen dazu, „polychron“ zu sein – Themen schnell zu wechseln und die beschlossenen Punkte immer wieder zu diskutieren. Wenn ein Österreicher interkulturell unvorbereitet in ein solches Meeting geht, besteht durchaus die Gefahr, dass er die ausländischen Geschäftspartner für unseriös oder unprofessionell hält. Wer sich hingegen über die kulturellen Unterschiede im Vorfeld Gedanken macht, wird feststellen, dass Entscheidungsfindung in Russland genauso lange dauert wie in Österreich – der Weg ist nur ein anderer.

Um auf interkulturelle Herausforderungen proaktiv eingehen zu können, ist es erforderlich, sich bereits im Vorfeld Gedanken sowohl über die eigene wie auch die



fremde Kultur zu machen. Zu den Grundlagen interkultureller Handlungskompetenz gehört das Wissen über die Geschichte, Geographie, Religionen und sozial-politischen Tendenzen eines Landes. Diese bestimmen Werthaltungen und Tabuthemen. Einige **Key Findings** aus den Länderpräsentationen illustrieren mögliche Stolpersteine.

### **Küsschen in Peru und rosa „Schönbrunn“ in Serbien**

Während der Gruppenarbeit an Länderpräsentationen haben die TeilnehmerInnen erkannt, dass es einem nicht leicht fällt, die Werte ihrer eigenen Kultur zu identifizieren und beschreiben. Ein Fisch stellt fest, dass Wasser existiert, nur wenn er gefangen wird und ohne Wasser nicht überleben kann. Cultural Awareness – bewusste Wahrnehmung der eigenen Kultur - ist der erste Schritt zum interkulturellen Erfolg. Eine Workshop-teilnehmerin aus Peru, die seit dreißig Jahren im Ausland lebt, meinte gar, dass die Gepflogenheiten ihres eigenen Landes ihr jetzt manchmal komisch vorkommen, z. B. dass man bei jedem Anlass sich ein „Küsschen“ gibt – dem Arzt, den Nachbarn und täglich den KollegInnen.

In der Präsentation zu Serbien wurde die Tendenz zum Angeben als Wert für die neuen Reichen in Serbien hervorgehoben. Laut ihrer kurzweiligen Geschichte würde die Ehefrau eines Generaldirektors im modernen Serbien sich ein Haus a la „Schönbrunn“ nur in rosa bei einem Bauarchitekten bestellen. Wer hingegen aus einem egalitären Land wie Schweden oder England kommt und eher zum Understatement tendiert, wird nicht immer ernst genommen, weil er nicht über seinen Wohlstand spricht.

### **Indirectly direct**

Unsere Kommunikationsstile unterscheiden sich sogar im selben Land je nach Kontext. Eine Workshop Teilnehmerin aus Holland hat festgestellt, dass Vertreter ihres Landes normalerweise sehr direkt sind und ehrliches Feedback schätzen. Möchte man hingegen jemanden um etwas bitten, wird dies sehr indirekt formuliert, so dass der Gesprächspartner viel zwischen den Zeilen lesen muss. Deswegen ist es für einen Ausländer sehr wichtig, die „Spielregeln“ einer fremden Kultur gut zu kennen, um nicht ins Fettnäpfchen zu treten.

### **Do's and Taboos**

Die meisten Joint-Ventures und internationale Kooperationen scheitern nicht an technischen Aspekten, sondern an interkulturellen Missverständnissen. Diese

entstehen häufig, wenn ausländische Geschäftspartner das „rote Tuch“ – die Tabuthemen des Gastlandes ansprechen, ohne sich im Vorfeld zu informieren. In der Gruppenpräsentation zu Österreich wurde betont, dass Österreicher weder mit Deutschen noch mit Australiern verwechselt werden möchten. Eine isländische Teilnehmerin, welche die Gruppenergebnisse zur skandinavischen Region vorgestellt hat, hat hervorgehoben, dass skandinavische Gastgeber sich ärgern würden, wenn ein Gast seine Schuhe beim Besuch des Hauses nicht auszieht. Diese Kleinigkeit, aus österreichischer Sicht, könnte die gute Beziehung zum wichtigen Geschäftspartner vergiften.

### **Vorteile der interkulturellen Management-Trainings für Unternehmen**

Viele international agierende Unternehmen haben sich zum Ziel gesetzt, interkulturelle Management-Trainings und Workshops als Standard einzuführen. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten profitieren Unternehmen von der interkulturellen Kompetenz ihrer MitarbeiterInnen - ein wesentlicher Grund für die Förderung dieser Trainings z. B. in Wien mit 50 % durch den waff. Die Trainings ermöglichen erfolgreiche Produkteinführungen sowie nachhaltige Gewinnsteigerungen durch neue Einblicke in die Konsumentenmentalität und den Markt des Ziellandes. Dank eines interkulturellen Management-Trainings werden internationale Firmen mit Know-How bei der Auswahl von Lieferanten und Partnern vor Ort unterstützt. Dies ermöglicht reibungslose und rasche Projektstarts. „Ein weiterer Benefit ist die steigende Zufriedenheit der MitarbeiterInnen durch das Wissen um den richtigen Umgang mit interkulturellen Herausforderungen und ein besseres Firmenimage dank eines professionellen internationalen Auftritts“, meinte **Dr. Ursula Vavrik, Co-Präsidentin, WCN Vienna**.

### **ti communication: Das führende Berater-Netzwerk für internationalen Erfolg**

ti communication Dr. Fischhof GmbH mit Sitz in Wien sowie Partnerbüros in Regensburg, Prag und Verona unterstützt Fach- und Führungskräfte international agierender Unternehmen bei der erfolgreichen Bewältigung interkultureller Herausforderungen. ti communication ist eines der größten interkulturellen Netzwerke mit mehr als 250 TrainerInnen und BeraterInnen weltweit.

Das gesamte Angebot von ti communication Dr. Fischhof GmbH unter:  
[www.ticommunication.eu](http://www.ticommunication.eu)



## **Internationales Frauennetzwerk WCN Vienna**

Das Women's Career Network (WCN) ist ein internationales Netzwerk zur Förderung insbesondere der beruflichen Karriere von Frauen sowie der Situation von Frauen in der Gesellschaft im Allgemeinen. WCN wurde 1992 in Wien gegründet und vereint bzw. vernetzt mehr als 150 Frauen aus über 30 Ländern, die in Österreich leben und arbeiten. Sie sind High Potentials oder in Top-Positionen bzw. als Unternehmerinnen in den unterschiedlichsten Branchen tätig. „The Network that Works“ wird seit Mai 2008 von den Präsidentinnen DI Christina Thomar und Dr. Ursula Vavrik, unterstützt durch ein Steering Committee von 20 engagierten Frauen, erfolgreich geleitet. Alle Positionen im WCN werden ehrenamtlich ausgeübt. Seit 2005 ist WCN Teil des europäischen Frauennetzwerkes European Professional Women's Network (EuropeanPWN), dem mehr als 3.500 Frauen angehören.

[www.wcnvienna.org](http://www.wcnvienna.org)  
[www.EuropeanPWN.net](http://www.EuropeanPWN.net)

### **Fotos beiliegend:**

**Ekaterina Beekes**, MBA, Gesellschafterin ti communication Dr. Fischhof GmbH  
Fotocredit: ti communication Dr. Fischhof GmbH – Abdruck honorarfrei

**Ursula Vavrik, Dr. & Christina Thomar**, DI, Co-Präsidentinnen des Women's Career Networks Vienna

### **Presserückfragen:**

#### **ti communication Dr. Fischhof GmbH**

Ekaterina Beekes, MBA  
Leopold Ristergasse 5/67, 1050 Wien  
Tel.: +43 (0)1 / 545 12 36  
E-Mail: [wien@ticommunication-fischhof.at](mailto:wien@ticommunication-fischhof.at)  
[www.ticommunication-fischhof.at](http://www.ticommunication-fischhof.at)

#### **Women's Career Network Vienna**

Barbara Roth, Pressereferentin  
Tel: 0699/18 25 91 35  
E-Mail: [press@wcnvienna.org](mailto:press@wcnvienna.org)  
[www.wcnvienna.org](http://www.wcnvienna.org)  
[www.EuropeanPWN.net](http://www.EuropeanPWN.net)