

Ab März in Wien

Liebe Leserin, lieber Leser,



bald ist es soweit: Zum 1. März werden wir in Wien präsent sein, nach Passau, Köln und Frankfurt unser erster ausländischer

Standort. Während wir Sie im ebenfalls kürzlich eröffneten Frankfurter Büro in allen Fragen des interkulturellen Change Managements beraten, betreuen wir von Wien aus unsere österreichischen sowie mittel- und südeuropäischen Kunden direkt vor Ort. Peter Majerčík, unser Experte mit langjähriger Berufserfahrung auch in Tschechien, der Slowakei, Polen und Deutschland, wird das Wiener Büro leiten.

Professionelle Relocation bieten wir bereits seit März 2008 über unser Kölner Tochterunternehmen an, das seit November unter ICUnet.AG firmiert.

Wir freuen uns auf die weitere gute Zusammenarbeit mit Ihnen und wünschen ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2009!

Herzlichst

Ihr Dr. Fritz Audebert

In dieser Ausgabe

Impressionen

Bilder vom Interkulturellen Jubiläumskongress im Oktober.

Interkulturelle Synergien

Die Wienerberger AG nutzt das Potenzial internationaler Mitarbeiter.

Der Chefarzt heißt Primar

Österreicher und Deutsche sind verschiedener, als man denkt.

Weltmarke statt Weltmacht

Das österreichische Erfolgsrezept in der globalen Wirtschaft

Österreich hat es verstanden, den Fall des Eisernen Vorhangs wirtschaftlich für sich zu nutzen. Interkulturell kompetent agieren österreichische Manager äußerst erfolgreich im südeuropäischen Raum. Im Rahmen des 5. Interkulturellen Kongresses in Passau hielt Botschafter Dr. Emil Brix, Leiter der Kulturpolitischen Sektion im Österreichischen Außenministerium, im Oktober 2008 einen Vortrag zum interkulturell spannenden Thema „Österreich. Keine Weltmacht, aber eine Weltmarke“.

Brix sieht die klare Stärke kleinerer Länder wie Österreich in ihrer größeren Außenbezogenheit. Um sich durchzusetzen, müssen sie viel offener mit anderen Staaten agieren. Das setzt interkulturelle Kompetenz voraus. Auch die Traditionen sind meist interkultureller als die der großen Staaten.

Hinzu kämen die Reisegewohnheiten der Bevölkerung. „Nehmen Sie das Beispiel USA, wo meines Wissens 60 Prozent der Menschen gar keinen Reisepass haben, das Land also nicht verlassen“, erläutert Brix. „In kleineren Ländern hingegen war praktisch jeder irgendwann mal im Ausland.“

Als Folge von interkultureller Kompetenz nennt Brix bessere wirtschaftliche Chancen, eine bessere Kommunikation und Verständnis der Gesprächspartner. „Dabei geht es nicht nur um sprachliche Kenntnisse, sondern viel um die Einstellung, um das Wie der Kommunikation.“

Die österreichische Wirtschaft habe im Umgang mit den Nachbarstaaten nachweislich sehr von historischen Erfahrungen des Landes profitiert. Europa benötige die interkulturelle Kompetenz seiner kleineren Mitgliedsstaaten, wenn



Botschafter Dr. Emil Brix

es auf kulturelle Vielfalt setzt, die ja viel Kreativität bedeute. „Und dieses Potenzial müssen wir in den urbanen Zentren Europas heute neu beleben“, folgert Brix. „Berlin ist ein Beispiel, bei dem man spürt, dass es gelingen kann.“

Brix vertritt die Überzeugung, dass sich österreichische Unternehmen trotz der Sprachbarriere leichter tun, zum Beispiel

nach Slowenien Geschäftsbeziehungen aufzubauen als nach Deutschland.

Österreich hat die Chance genutzt

„Unmittelbar nach der Wende 1989 war es eindeutig so“, meint der Leiter der kulturpolitischen Sektion. „Die österreichischen Unternehmen waren wegen der unglaublichen Chance, die sich da auf einmal bot, bereit, ein Risiko einzugehen. Denn wir lagen ja zuvor am Eisernen Vorhang und hatten nur die Möglichkeit, Wirtschaftskontakte in den Westen zu knüpfen. Die Handelspartner damals waren alle größer als wir. Und jetzt haben wir rund um uns gleich große oder kleinere Staaten. Österreichs Wirtschaft ist an der Vielzahl kleinerer Staaten in Mittel- und Südeuropa gewachsen. Wir haben die Chance genutzt.“

Zum 1. März 2009 eröffnet die ICUnet.AG einen eigenen Unternehmensstandort in Wien, um ihre österreichischen sowie mittel- und osteuropäischen Kunden direkt vor Ort zu betreuen.

Es ist mutig, einen jährlichen Kongress nur dem Thema Interkultur zu widmen, ohne noch irgendein Modethema anzuhängen (...). Leute wie mich hinzuzuholen, die aus anderen Bereichen kommen, halte ich für eine sehr kluge Entscheidung, wenn ich das sagen darf.

Botschafter Dr. Emil Brix

Glossar

Group Move ...

... bezeichnet die gleichzeitige Versetzung einer Vielzahl von Mitarbeitern, etwa bei einem Standortwechsel oder einer Betriebszusammenlegung. Dies ist im Relocation-Bereich eine der anspruchsvollsten organisatorischen Herausforderungen, mit der ein Unternehmen konfrontiert werden kann.

Hintergründe eines solchen Umzuges können Wachstum, Rationalisierung, Restrukturierung oder Synergieeffekte sein.

Wenn 50 Mitarbeiter desselben Unternehmens gleichzeitig mit Sack und Pack ihren Arbeits- und Lebensmittelpunkt in ein anderes Land verlagern, kumulieren sich vorausgehende Probleme und zu überwindende Hürden während der Umsetzung schnell. Dies übertrifft die Herausforderungen von 50 Einzeltransfers.

Herausforderungen:

- Versetzen von Arbeitsplätzen anstelle von Personen. Die betroffenen Mitarbeiter und deren Familien geraten dabei leicht in den Hintergrund.
- Hoher organisatorischer und personeller Aufwand.
- Gruppendynamische Prozesse sind zu beachten.

Unter gleichem Namen vereint

Interkulturelle Beratung und Relocation jetzt als ICUnet.AG

Seit dem 1. März 2008 tragen interkulturelle Dienstleistungen und professionelle Relocation während des gesamten Entsendeprozesses bei der ICUnet.AG die gleiche Handschrift – und jetzt auch den gleichen Namen: Aufgrund der positiven Resonanz ihrer Kunden, firmieren die ICUnet.AG, Passau, und die KEWA International Relocation GmbH, Köln, seit 1. November einheitlich als ICUnet.AG.



Ob Passau, Köln, Frankfurt oder Wien - alle Leistungen sind unter dem Dach der ICUnet.AG vereint.

„Mit dem Zusammenschluss von interkultureller Beratung und Relocation unter einem Dach tragen wir der fortschreitenden Internationalisierung und der damit einhergehenden steigenden Bedeutung von globaler Zusammenarbeit und weltweiter Mitarbeiterentsendung Rechnung“, so Dr. Audebert.

Schon vor der Ausreise, aber auch bei der Ankunft im fremden Land profitiert der Kunde vom gebündelten Leistungsportfolio der ICUnet.AG: Bequem und direkt können die Mitarbeiter alle Fragen an nur einen Gesprächspartner richten. „Durch die Vor-Ort-Betreuung erhalten unsere Berater eine umfassende Gesamtschau in die persönliche und berufliche Situation der entsendeten Mitarbeiter und deren Familien“, führt Dr. Audebert aus. „So können wir weiteren interkulturellen Beratungsbedarf – nicht nur im Geschäftsleben, sondern auch privat – frühzeitig erkennen und anbieten. Das interkulturelle Know-how fließt somit in den Relocation-Bereich mit ein – und auch umgekehrt.“

Änderungen vermeldet die ICUnet.AG darüber hinaus in der Besetzung der Unternehmensleitung. Als Chief Operating Officer (COO) unterstützt Elisabeth Strohmeier seit September Dr. Fritz Audebert. Sie ist für die Unternehmensprozesse und -strukturen verantwortlich.

Krise als Chance nutzen:

Beratung im M&A-Prozess

Sich rasch verändernde Weltmärkte, fortschreitende Globalisierung und die damit verbundenen Verflechtungen internationaler Unternehmen machen eine kompetente Beratung im Bereich des interkulturellen Managements unabdingbar. Interkulturelle Kompetenz und reibungslose Relocation werden stärker als bisher über internationalen Erfolg und Misserfolg entscheiden. Die ICUnet.AG bietet innovative Konzepte bei Auslandsentsendungen, internationalen Projekten, Outsourcing oder Herausforderungen bei M&A-Prozessen. Das Unternehmen spürt aktuell eine stark steigende Zahl von Anfragen seiner Kunden vor, zu und nach internationalen M&A-Prozessen.

New Horizons 2008

Interkultur erfolgreich nutzen.

Eindrücke vom 5. Interkulturellen Kongress, 16.-18. Oktober 2008



Kongressthema: Interkultur erfolgreich nutzen.



Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell, Faber-Castell AG, Oberbürgermeister Wilhelm Dupper, Dr. Fritz Audebert, ICUnet.AG.



Aufmerksames Publikum bei interkulturellen Vorträgen und Workshops.

Synergien in internationalen Projektteams

Ziegelhersteller Wienerberger AG nutzt interkulturelle Chancen auf dem Weg zur Weltspitze

Als weltweit größter Ziegelproduzent beweist die aus Österreich stammende Wienerberger AG täglich, dass sie die Chancen der zusammenwachsenden Märkte optimal für sich zu nutzen weiß. Für ihre internationalen Projektteams – in Russland etwa bestehend aus bulgarischen, österreichischen, polnischen und tschechischen Mitarbeitern – ist interkulturelle Kompetenz eine Schlüsselqualifikation.



Sonja Karall

Mag.a Sonja Karall, Head of Human Resources bei Wienerberger, gab während des 5. Interkulturellen Kongresses in Passau ihre Erfahrungen auf dem Weg an die Weltspitze weiter. Besondere Leistung der Wienerberger AG ist dabei die Art und Weise,

die verschiedenen Kulturen innerhalb der Gruppe produktiv zusammenzuführen. Für die Global Visions gab uns Sonja Karall ein Interview.

Was betrachten Sie als die größte Herausforderung im interkulturellen Personalmanagement?

Sonja Karall: International gesehen den ganzen Wandel, der zurzeit stattfindet. Dazu gehören Faktoren wie die Demographie, die zunehmende Globalisierung und kürzere Verweildauern bei Unternehmen. Für mich ist entscheidend, die Bindung der Mitarbeiter ans Unternehmen stärker im Fokus zu haben.

Wie geht Wienerberger mit den interkulturellen Herausforderungen um?

Karall: Interkulturell gesehen versuchen wir, im Ausbildungsbereich Plattformen zu schaffen, auf denen Austausch möglich wird, wo die Leute sich einander näherkommen können und wo wir Raum geben, kulturelle Unterschiede darzustel-

len und ein Stück weit auszuleben. Wir nutzen diese Plattformen gleichzeitig, um unsere Strategie und Philosophie zu vermitteln. Am Ende stehen Botschafter, die das Gelernte stark in die Organisationen einbringen. Das ist eine gute Methode, Kultur zu vermitteln und eine Wertschätzung des Anderen zu erzeugen. Wir vermitteln Interkultur darüber hinaus durch fachliche Netzwerke. Im Personalbereich kommen lokale Mitarbeiter zusammen, um aktuelle Themen zu besprechen und lokale Ansätze einzubringen.

„Ich bin von New Horizons sehr angetan und beeindruckt. Der sehr herzliche Empfang, die warme, angenehme und in allen Belangen sehr wertschätzende Atmosphäre zieht sich durch die ganze Veranstaltung. Ich finde das Programm sehr spannend. Ich habe es immer gern, wenn etwas ausprobiert wird. (...)“

Sonja Karall zu New Horizons

Der Interkulturelle Filmtipp

Tafelspitz – eine köstliche Komödie



Die 20-jährige Lilli (Anika Pages), Spross einer Gastronomen-Dynastie, lässt sich nach längerer Trotzphase von ihrer Mutter (die österreichische Schauspielerin und Publikumsliebbling Christiane Hörbiger) in die hohe Kochkunst einführen, bevor sie als Aupair-Mädchen nach Berlin reist. Hier lernt ein amerikanischer Millionär (Otto Schenk) Lillis Kochlöffel-Künste zu schätzen und beauftragt seinen treuen Sekretär, die ihm unbekannte Köchin für seinen heimischen Herd in New York zu verpflichten. Im „Big Apple“ knüpfen der Gourmet und die „Herrin der Töpfe“ zarte Bande, ohne von ihrem beruflichen Verhältnis etwas zu ahnen.

Der Film spielt kulinarisch-ironisch mit allen Österreich-Klischees. Ein echter (österreichischer) Tafelspitz eben!



Richard D. Lewis, Altmeister der Interkultur.



Rund 250 Gäste und Fachleute tauschten sich auf dem anerkannten Branchentreff aus.



Auf ein Wiedersehen beim 6. Interkulturellen Kongress von 22.-24.10.2009. Weitere Infos: www.interkultureller-kongress.de

Expatriate oder Flexpatriate? Spannende Podiumsdiskussion zu den aktuellen Trends im Entsendemanagement.

Kulturnotizen

Der Kaffee ist fertig!

Für die Wiener sind die Kaffeehäuser fester Bestandteil des alltäglichen Lebens, der italienische Espresso steht für die sprichwörtliche „dolce vita“ und die Deutschen trinken mit einem Pro-Kopf-Konsum von rund 146 Litern mehr Kaffee als Wasser. Global Visions hat sich die von Land zu Land ganz unterschiedlichen Kaffeekulturen und Gewohnheiten für Sie angeschaut.

In Österreich trifft man auf eine lange und gepflegte Kaffeekultur. Im Land der Kaffeehäuser bevorzugt man die Kaffeebohnen im Gegensatz zu Deutschland dunkler geröstet, was den Kaffee etwas aromatischer und weniger sauer macht. Den Kaffee gibt es traditionell immer mit einem Glas Wasser. Österreich bietet zahlreiche lokale Variationen wie die „Wiener Melange“, halb Kaffee und halb geschäumte Milch.

In der Türkei und im Orient brüht man schon seit Jahrhunderten Kaffee. Für jede Tasse wird ein Löffel des in einer Mokka-Mühle fein gemahlene Kaffees sowie ein Löffel Zucker in den Ibrik - eine bauchige, oben offene Kanne - gegeben. Mit den Tassen misst man die entsprechende Wassermenge

ab und gibt je nach Geschmack Anis, Kardamon oder Zimt hinzu. Den Ibrik erhitzt man auf dem Kocher, bis der Kaffee brodelnd schäumt.

Espresso ist heute die häufigste Zubereitungsart für Kaffee in Südeuropa, insbesondere in Italien, Spanien und Portugal, wo er offiziell café expreso bzw. café expreso heißt. In diesen Ländern erhält man, für Touristen oft überraschend, einen Espresso, wenn man Kaffee (italienisch caffè, spanisch und portugiesisch café) bestellt.

Lange Zeit verbanden viele Europäer mit amerikanischem Kaffee nur eine dünne, teeartige Brühe. Seitdem jedoch die neue coffeeshop-Welle auch zu uns herübergeschwappt ist, gibt es Kaffee in riesigen Pappbechern, süß, mit Saucen und Sirups, in unzähligen, durchaus interessanten und wohlschmeckenden Variationen. Das Angebot demonstriert, was für ein kreatives, kulinarisches Potenzial ein traditionelles Genussmittel wie Kaffee nach so langer Zeit immer noch hat.



Der Chefarzt heißt hier Primar

Österreichische und deutsche Führungskräfte sind sich der interkulturellen Herausforderungen bei Auslandsentsendungen meist bewusst. Dies trifft vor allem bei Ländern im asiatischen oder arabischen Raum mit einem fremdartig erscheinenden kulturellen Hintergrund zu. Je größer die geografische Nähe, umso stärker besteht das Risiko, interkulturelle Konfliktpotenziale zu unterschätzen. Hier ist man für die Unterschiede weniger sensibilisiert. Doch auch die interkulturellen Differenzen zwischen Österreich und Deutschland sind nicht von der Hand zu weisen.

So wird Österreich von Deutschen gerne als „südlicher Nachbar“ gesehen, was zwar nicht ganz falsch, jedoch sehr ungenau ist. Ein Blick auf eine Europakarte zeigt, dass Österreich vor allem im Osten liegt. Österreich, und insbesondere Wien, ist durch seine geopolitische Lage, seine historischen Wurzeln und seine besondere Nähe zum Osten Europas charakterisiert. Die österreichische Wirtschaft hat traditionell, und verstärkt seit der Öffnung der Grenzen, eine Orientierung zu den osteuropäischen Staaten hin. Historisch bedingt gibt es eine weitere österreichische Besonderheit, die von Deutschen oft mit wohlwolgendem Lächeln kommentiert wird: die österreichische Vorliebe zu Titeln aller Art. Nicht weniger als 819 gibt es angeblich, wenn auch nicht alle benutzt werden. Doch ein „Herr Magister“, „Herr Doktor“ oder womöglich auch „Herr Hofrat“ öffnet Tür, Tor und Herzen der Österreicher. Genau umgekehrt verhält es sich mit Adelstiteln, die im Gegensatz zu Deutschland

in Österreich strikt weggelassen werden. Auch sprachliche Unterschiede erzeugen gegenseitiges Amusement: Ob Schrank oder Kasten, Chefarzt oder Primar, Schorle oder G´spritzter - die Liste ließe sich endlos fortführen und jeder könnte seinen Favoriten interkultureller österreichisch-deutscher Linguistik hinzufügen. Das Selbstbild der Österreicher, durch die Attribute „gemütlich, lustig, musikalisch, fleißig, tüchtig, hilfsbereit, friedfertig und höflich“ definiert, unterscheidet sich deutlich vom Fremdbild. Dem gegenüber werden Österreicher von Deutschen als vergleichsweise „gemächlicher, altmodischer, manchmal planloser“, zugleich aber als „fröhlicher, geselliger, toleranter und sympathischer“ beschrieben. Als Symbole ihrer Identität verstehen die Österreicher ihre Landschaft, ihre Berge und ihre Kultur. Fremdbilder von Österreichern sind dagegen primär mit der Kultur, etwa der Operette oder Aufführungen klassischer Musik, assoziiert.

IMPRESSUM	
Herausgeber:	ICUnet.AG Fritz-Schäffer-Promenade 1 • 94032 Passau Tel.: +49 (0) 8 51/98 86 66-0 • Fax: +49 (0) 8 51/98 86 66-70 info@icunet.ag • www.icunet.ag
Redaktion:	Corinna Meurer, Carolin Hacker, Christian Omonsky