

Interkulturelle Chance in der Krise

Liebe Leserin, lieber Leser,



wäre die Lage nicht ernst, könnte man sich zurücklehnen und mit dem interessierten Blick des Wissenschaftlers spannende Studien betreiben. Denn obwohl die Symptome der Finanz- und Wirtschaftskrise weltweit ähnlich sind, fallen die nationalen Reaktionen höchst verschieden aus.

Die kulturellen Unterschiede treten stärker denn je ans Licht. Im Vorteil ist, wer sich in diesem Umfeld mit interkultureller Kompetenz sicher bewegt.

Was können wir vom Umgang mit Krisen, der Bewältigung von Konflikten und der Kommunikation mit Menschen in dieser Zeit voller Herausforderungen weltweit lernen? Ich bin fest davon überzeugt, dass der richtige interkulturelle Blick hilft!

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre, herzlichst

Ihr Dr. Fritz Audebert

Ihr Dr. Fritz Audebert

In dieser Ausgabe

Mit Ehepartner ins Ausland

Bessere Integration durch
geglückte Jobsuche

Preis für „Customer Focus“

Die ICUnet.AG erhält den
European Business Award

Kulturklischee

Savoir Vivre und Kochkunst
gehören in Frankreich zusammen

Die Kultur bestimmt in der Krise Internationales Krisenmanagement nach nationalen Regeln

Die Weltwirtschaftskrise bringt es an den Tag: Im Umgang mit der außergewöhnlichen Situation zeigen sich interkulturelle Unterschiede besonders deutlich. Menschen aus anderen Kulturen haben andere Wertesysteme, ein anderes Planungs- und Steuerungsverhalten, eine direktere oder indirektere Art der Kommunikation. Interkulturelle Kompetenz im internationalen Geschäftsleben ist aus diesem Grund derzeit so notwendig wie nie zuvor.

In Zeiten globaler Handels- und Finanzströme betrifft die aktuelle Krise die gesamte Welt. Auf den ersten Blick erkennt man in vielen Ländern ähnliche wirtschaftliche Folgen, wie Kursstürze an der Börse, wachsende Arbeitslosigkeit und eine sinkende Kaufkraft der Bevölkerung. Die politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Reaktionen fallen allerdings je nach Kultur ganz unterschiedlich aus, die Wahrnehmung der Krise differiert. Die nationalen Hilfsmaßnahmen werden – interkulturelle Experten wundert dies nicht – jeweils ganz anders gestrickt und angepriesen.

Frankreich legitimiert die Rettungsaktionen mit nationalem Notstand. Der Vorstoß des französischen Staatspräsidenten Nicolas Sarkozy, der Staat solle durch eigenes Aufkaufen unterbewerteter Unternehmen den Verkauf der Industrien an ausländische Staatsfonds verhindern, wird als typisch französisch erklärt. Schließlich gebe es in Frankreich eine lange Geschichte staatlicher Interventionen ins Wirtschaftsgeschehen.

Auch Deutschland zog, etwas verspätet, mit staatlichen Hilfspaketen nach. Das deutsche Rettungsangebot an Not

leidende Banken erntet einerseits für seine solide Systematik Lob. Andererseits hagelt es etwa von britischen Finanzjournalisten massive Kritik, weil es Sanktionen gegen die verantwortlichen Manager vorsieht. Die Sanktionen liegen sicher auch darin begründet, dass viele Deutsche durch die Finanzkrise und die mangelnde Ethik einiger Führungskräfte das Prinzip der sozialen Marktwirtschaft und der sozialen Gerechtigkeit bedroht sehen. Diese ethischen Werte sind jedoch in der deutschen Kultur verankert.

Interkulturell richtige Bewertung

London und Washington betonen bei der horrenden Neuverschuldung die Vorteile für die Steuerzahler. Das massive Eingreifen im Bankensektor begründet die britische Regierung mit der Spekulationsblase am Hypothekenmarkt in England. Staatlicher Protektionismus entspricht nicht der individualistisch geprägten britischen Mentalität und bedarf daher größerer Rechtfertigung.

Der kulturelle Aspekt und die unterschiedlichen Verhaltensweisen im globalen Management treten in Krisenzeiten stets deutlicher hervor als im normalen Geschäftsalltag.

Interkulturelle Kompetenz ist daher derzeit besonders gefragt, um global erfolgreich zu sein und zu bleiben. Sie bildet besonders in Zeiten der globalen Verunsicherung auf den Finanzmärkten einen entscheidenden Erfolgsfaktor zur richtigen Bewertung der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Reaktionen der einzelnen Länder, zur Einschätzung der internationalen Zukunftsperspektiven für das eigene, global tätige Unternehmen und zum Entwurf von Handlungsstrategien an den internationalen Standorten.

Die Krise ist international - die Reaktionen darauf fallen jedoch je nach Kultur höchst unterschiedlich aus.



Die Interkulturelle Quizfrage

„Was bedeutet das „Système D“?“

A Handeln unter Berücksichtigung des gesamten Fächers an Team-Knowhow (D für Diversité = Vielfalt).

B Handeln nach dem Ausschlussprinzip – alle nicht tauglichen Lösungen scheiden als erstes aus (D für Distiller = ausscheiden).

C Genaues Interpretieren von Regeln und Gesetzen (D für D'après la loi = nach dem Gesetz), um zum optimalen Ergebnis zu kommen.

D Spontanes Handeln, um unter möglichst geringem Arbeits- und Zeitaufwand trotzdem zu einem guten Ergebnis zu kommen (D für Débrouiller = sich zu helfen wissen).

Gewinnen Sie 3 x 1 Interkulturelle Online Case Study Frankreich

Aus der Sicht des deutschen Projektleiters Joachim Berger und seines internationalen Teams beschreibt die Interkulturelle Case Study Frankreich lebensnah Szenarien aus dem französischen Geschäfts- und Alltagsleben. In zehn Modulen lernen Sie unterhaltsam, interkulturelle Fettnäpfchen zu vermeiden. Dabei erfahren Sie Unterschiede etwa in der Kommunikation, im Arbeitsstil und im Hierarchiedenken der Franzosen. Die Interkulturellen Case Studies waren 2007 Testsieger bei einer Marktuntersuchung von E-Learning-Angeboten im CHECK.point eLearning Test.

Nehmen Sie teil und schicken Sie uns Ihre Antwort per Mail an: quiz@icunet.ag. Die drei Gewinner werden per Los ermittelt. Ein-schluss ist der 30.6.2009. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Integration durch guten Job

ICUnet.AG bietet Bewerbungstrainings für Spouses

Wie tritt man auf, wenn man im Ausland zum Bewerbungsgespräch oder Assessment Center geht? Welche Erwartungen hegt der künftige Arbeitgeber? Und welche Werte, Rollenverständnisse und Arbeitsstile herrschen in der fremden Arbeitskultur vor?

Mit ausreisende Lebenspartner von Expatriates, die im Gastland ebenfalls berufstätig sein möchten, haben es bisweilen schwer: Sie müssen sich nicht nur im neuen Umfeld zu rechtfinden sondern auf völlig unbekanntem Terrain ein ihrer Qualifikation und der bisherigen beruflichen Position entsprechendes Jobangebot finden.

Das Spouse Career Training der ICUnet.AG zielt speziell darauf ab, den Teilnehmer auf die Bewerbungssituation, die beruflichen Rahmenbedingungen und den Jobmarkt in der neuen Heimat vorzubereiten. Individuell auf die Bedingungen im neuen Zielland, den beruflichen Hintergrund und die speziellen Wünsche des ausreisenden Partners zugeschnitten, wählt man hierbei zunächst die geeigneten Suchstrategien wie Karriereportale oder Annoncen in den Medien sowie die optimalen Bewerbungswege.

Kurze, knappe Bewerbung in den USA

„Wichtig ist, dass die Bewerbungsunterlagen und -wege den Standards im jeweiligen Zielland entsprechen. So sind beispielsweise im angloamerikanischen Sprachraum ganz kurze, knappe Bewerbungen essentiell“, erläutert Anja Heinrich, bei der ICUnet.AG Leiterin des Teams Assignment Management. Für den schriftlichen und persönlichen Erstkontakt

mit dem potentiellen Arbeitgeber im Vorstellungsgespräch oder Assessment Center sind die Voraussetzungen für eine überzeugende Selbstpräsentation zu prüfen. „Hierbei sind der mögliche Gesprächsablauf, typische Fragen oder Kleidungsansprüche bedeutsam“, führt Heinrich aus. „So zeigen etwa Geschäftsfrauen in Frankreich mit ihrer Kleidung



Glücklich im Ausland: Auch der Lebenspartner soll einen passenden Job finden.

Modebewusstsein, Stil und Eleganz und dürfen dabei auch bis zu einem gewissen Grad Farbe tragen. Dies ist etwa in arabischen Ländern nicht der Fall.“

Darüber hinaus kann es beachtliche interkulturelle Unterschiede in den

erwarteten Verhaltensweisen, in der Art der Kommunikation sowie im Zeit- und Qualitätsverständnis geben. „Da man beispielsweise in Frankreich eine parallele Zeitplanung verfolgt, erwartet man dort von den Mitarbeitern vor allem Kreativität, Flexibilität und Improvisationstalent. Das Ergebnis ist das Ziel“, so Heinrich. „Die interkulturelle Sensibilisierung sowohl für die Bewerbungsphase als auch für den späteren Berufseinstieg sollte bei keiner internationalen Bewerbungsvorbereitung fehlen.“

Glossar

Begriffsklärung: Assignment Management versus Relocation

Das **Assignment Management** (engl. Entsendungsmanagement) bezieht sich auf die Vor-Ort-Betreuung von Fach- und Führungskräften bei der Entsendung ins Ausland.

Ziel ist, mit Relocation, Immigration, Transportation und Payment Services den privaten sowie beruflichen

Wechsel in ein neues Umfeld und eine fremde Kultur zu erleichtern.

Relocation (engl. Standortwechsel) beschreibt einen Teilaspekt des Assignment Managements, nämlich den Wohnortwechsel. Unterstützt wird hierbei die Orientierung vor Ort und die Wohnungssuche im neuen Umfeld, die Einzugsphase, das Objekt- und Mietmanagement sowie die Rückkehr in die Heimat.

Optimale Kundenorientierung bescheinigt ICUnet.AG bei European Business Award in Rom für „Customer Focus“ ausgezeichnet

Goldmedaille und Urkunde bestätigen der ICUnet.AG, ein wichtiges Ziel erreicht zu haben: Das Passauer Unternehmen wurde für seine Kundenorientierung ausgezeichnet. Die maßgeschneiderten, innovativen Dienstleistungen und Produkte sowie die Rundumbetreuung der Kunden überzeugten die internationale Jury der European Business Awards (EBA). Außerdem platzierte sich die ICUnet.AG beim „Internationalen Deutschen Trainingspreis“.

Unter insgesamt 7.000 Bewerbern aus ganz Europa in der diesjährigen EBA-Runde schaffte es die ICUnet.AG in der Kategorie „Customer Focus“ ausgezeichnet zu werden. Im Rahmen einer Gala-Veranstaltung Mitte April in Rom nahm Dr. Fritz Audebert, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens, vor rund 100 Hauptgeschäftsführern und Vorständen führender europäischer Unternehmen den europäischen Wirtschaftspreis für Kundenorientierung entgegen.

Nach erfolgreicher Einreichung der Bewerbungsunterlagen zur Kundenorientierung präsentierten Dr. Fritz Audebert und Beate Huber, Leiterin des Teams Potenzialanalyse und Online-Service, vor einer internationalen Jury die Kundenorientierung und den Servicegedanken der ICUnet.AG. Sie überzeugten mit kundenspezifischen Dienstleistungen, effektivem Kundenmanagement und Synergievorteilen aus der Kombination von interkultureller Beratung und Assignment Management.

„Nur möglich mit großartigen Kunden“

„Wir sind stolz, unter 7.000 international erfolgreichen Bewerbern zu den besten Zehn in der Kategorie ‚Customer Focus‘ zu gehören“, freute sich Dr. Audebert über den Preis. Das habe sein Unternehmen vor allem seinen großartigen Kunden zu verdanken, an denen es wachsen dürfe. „Der Preis motiviert und bestärkt uns, unseren Weg zusammen mit unseren Kunden und für unsere Kunden weiterzugehen“, so der Vorstandsvorsitzende. Die ICUnet.AG reiht sich in ihrer Kategorie unter weiteren renommierten Preisträgern wie ihrem Kunden Deutsche Telekom, Dell Europa oder Goetz Gebäudemanagement ein. Die EBA prämiert jährlich in zehn Kategorien die erfolgreichsten und innovativsten Unternehmen aus den 27 Mitgliedsstaaten der EU.

Der EBA ist jedoch nicht die einzige Auszeichnung für die ICUnet.AG in diesem Jahr. Sie zählte außerdem zu den Gewinnern beim Internationalen Deutschen Trainingspreis des Berufsverbands der Verkaufsförderer und Trainer e.V. (BDVT). Mit dem für die Metro Group entwickelten Konzept „Fit für



Dr. Fritz Audebert (2. von links) mit der Moderatorin der Preisgala, BBC-Journalistin Adrienne Lawler, Juryvorsitzendem Phil Forrest und Adrian Tripp, Geschäftsführer European Business Awards (von links).

die globale Arbeitswelt“ – einer Kombination aus zielgruppenspezifischen interkulturellen Trainings und länderspezifischen Aufbau-Workshops – konnte sich die ICUnet.AG gegen zahlreiche

Mitbewerber durchsetzen. Das Konzept erfüllte die für die Preisverleihung relevanten Kriterien Kundenorientierung, Berücksichtigung der Teilnehmerinteressen und Nachhaltigkeit.

Der Interkulturelle Filmtipp

Willkommen bei den Sch'tis



Der südfranzösische Postbeamte Philippe Abrams wird unfreiwillig nach Nordfrankreich zu den „Sch'tis“ versetzt. Seine Familie lässt er aus Angst vor den unzivilisierten Bewohnern, der kalten, unwirtschaftlichen Region und dem schwer verständlichen Sch'ti-Dialekt im Süden zurück. Schnell stellt er fest, dass die Sch'tis doch ganz nette Menschen sind. Gegenüber seiner Frau Julie hält Philippe die Klischees von der nordischen Hölle aufrecht, um sich von ihr weiter an den Wochenenden für seine Durchhaltekraft bewundern und verwöhnen

zu lassen. Noch nie war Philippe so glücklich – bis Julie aus Solidarität zu ihrem Helden eines Tages spontan beschließt, mit in den Norden zu fahren ...

Der Titel - im Original „Bienvenue chez les Ch'tis“ - spielt auf die nordfranzösische picardische Sprache an, die auch Ch'ti genannt wird. Regisseur Dany Boon steigert in seinem Film die gängigen Klischees der Südfranzosen gegenüber dem Norden zu einer Hommage an seine eigene Heimat. Die französische Komödie erhielt den europäischen Filmpreis 2008 und zog über 20 Millionen französische und bisher fast zwei Millionen deutsche Zuschauer in die Kinos.

Kulturnotizen

Sch'ti versus Nizza - Nord und Süd in Frankreich

In Frankreich wie in Deutschland gibt es starke Kontraste zwischen Nord und Süd – nicht nur klimatisch oder sprachlich, auch was die Vorurteile und Stereotype betrifft.

Blauer Himmel, warmes Meer, lässige Lebensweise? in Frankreich gibt es zwischen Nord und Süd ausgeprägte Vorurteile.



Kulturgrenzen zwischen dem Norden und Süden eines Landes sind häufig besonders stark, die Vorurteile und Stereotype in Bezug auf Verhaltens- und Denkweisen kontrastreich. Der Regisseur Dany Boon macht dies in seiner aktuellen, erfolgreichen Filmkomödie „Willkommen bei den Sch'tis“ für Frankreich sehr deutlich und nimmt auf humorvolle Art besonders die Vorurteile der Südfranzosen gegenüber dem Norden aufs Korn.

In Frankreich existiert eine Kulturgrenze ungefähr entlang der Linie Bordeaux-Paris-Metz, allerdings mit einer breiten Übergangszone. Im Norden hält man die Südländer für flatterhaft, unzuverlässig, faul und für Bewahrer merkwürdiger Sprechweisen. Umgekehrt gelten die „Nordlichter“ als kühl, rau, verschlossen und ebenfalls Bewahrer merkwürdiger Sprechweisen.

Der Nordfranzose behauptet, dass die Menschen im Süden nur arbeiten, wenn sie Hunger hätten. Die südliche Einstellung zur Arbeit vergleicht man stark mit Nordafrika und assoziiert sie mit entsprechenden Vorurteilen. Dies liegt sicherlich nicht zuletzt daran, dass in den industriellen Ballungszentren und Weinanbaugebieten des Südens der Ausländeranteil besonders hoch ist und fast 50 Prozent der ausländischen Bevölkerung in Frankreich aus Afrika stammt. Die vom mediterranen Wetter verwöhnten Südländer halten den Norden für eine Art verregnete Vor-Arktis. Darin vermuten sie den Grund für das aus ihrer Sicht hochgeschlossene Gemüt und die steifen Umgangsformen im Norden.

Der Nordfranzose behauptet, dass die Menschen im Süden nur arbeiten, wenn sie Hunger hätten. Die südliche Einstellung zur Arbeit vergleicht man stark mit Nordafrika und assoziiert sie mit entsprechenden Vorurteilen. Dies liegt sicherlich nicht zuletzt daran, dass in den industriellen Ballungszentren und Weinanbaugebieten des Südens der Ausländeranteil besonders hoch ist und fast 50 Prozent der ausländischen Bevölkerung in Frankreich aus Afrika stammt. Die vom mediterranen Wetter verwöhnten Südländer halten den Norden für eine Art verregnete Vor-Arktis. Darin vermuten sie den Grund für das aus ihrer Sicht hochgeschlossene Gemüt und die steifen Umgangsformen im Norden.

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, Christian Omonsky
Bilder:	S. 1, rechts © Koriolis/fotolia.com, S. 2, mitte © Monkey Business/fotolia.com S. 4, rechts © Hannes Eichinger/fotolia.com



Kulturklischees

Essen wie Gott in Frankreich

Französisches Savoir Vivre, das ist die Kunst der Franzosen, jedem Augenblick etwas Positives abzugewinnen und ihn lebenswert zu machen. Der kulinarische Genuss ist mit dieser unbeschwerten Lebenseinstellung untrennbar verbunden – nicht umsonst zählt die französische „Haute Cuisine“ zu den feinsten Küchen der Welt. Auch heute noch stellt die ausgeprägte Esskultur ein wesentliches Merkmal nationaler Identität für viele Franzosen dar.

Die Küche Frankreichs genießt zu Recht Weltruf. Staatspräsident Nicolas Sarkozy hat im vergangenen Jahr gar plädiert, man solle die edle Landesküche doch ins Weltkulturerbe aufnehmen – schließlich sei sie die beste der Welt. Die Bevölkerung sieht es ähnlich: Nach wie vor verwenden die Franzosen einen hohen Anteil ihres Einkommens für gute Lebensmittel und um auswärts zu speisen.

Lange Tradition

Bereits im 17. und 18. Jahrhundert galt die französische Küche als einflussreichste Landesküche Europas und prägte den Kochstil des gesamten europäischen Adels. Mit der Einführung öffentlicher Restaurants mit separaten Tischen und einer Karte zur Speisenauswahl erhielt das Bürgertum nach der französischen Revolution Zugang zur gehobenen Kochkunst. Frankreichs Restaurantköche – meist vormals im adeligen Dienst – etablierten dabei ein hohes Niveau der Zubereitung und der Speisenqualität. Der Genuss des Essens, hervorragende Nahrungsmittel und erstklassige Weine stehen bei der gehobenen Nationalküche oder Haute Cuisine stets im Vordergrund.

Auch privat kochen die Franzosen gerne und überaus gut. Die meisten Familien nehmen sich viel Zeit, um zusammen ein geselliges Festmahl zu feiern. Die Portionen sind kleiner als in Deutschland. Dafür gibt es selbst zum Mittag- und Abendessen traditionell mehrere Gänge mit einer genau geregelten Speiseabfolge: Ein Aperitif gefolgt von kleinen Häppchen und Vorspeisen regt den Appetit an für die mit Gemüse und allseits beliebten Saucen, wie Sauce béarnaise, garnierte Hauptspeise. Anschließend verzehrt man zu einem guten Wein aus einer der acht weltweit geschätzten Weinregionen ein Stückchen Käse – meist mit grünem Salat und Brot – aus dem Land der über 365 Käsespezialitäten sowie Früchte. Eine Nachspeise wie Crêpes Suzette oder die berühmte Crème brûlée sowie ein Digestif oder Kaffee zum Abschluss dürfen nicht fehlen.

Ist man zum Abendessen eingeladen sollte man sich darauf einstellen, mehrere Stunden am Tisch zu verbringen. Denn die Geselligkeit bei Tisch steht im Mittelpunkt des Abends. Eine gute Mahlzeit ist in Frankreich untrennbar mit einer guten Flasche Wein verbunden. Wichtig ist, das Essen und den Wein in jedem Fall zu loben, um die Gastgeber nicht zu kränken.

