BENIERS CONSULTANCY

International Business Training Center

präsentiert

Verhandeln mit Arabern

Beniers Consultancy
International Business Training Center

© Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts-
gesetzes ist ohne Zustimmung von der Beratungsfirma Beniers Consultancy
unzulässig und strafbar.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen
und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

www.beniers-consultancy.com
http://blog.beniers-consultancy.de

Verhandeln mit Arabern

- **ARABER SIND STOLZ: SIE ERKENNEN, DAß IHRE KULTUR UND ZIVILISATION DAMALS VORHERRSCHEND WAREN.**
- **RELIGION IST *ISLAM:***
  - **KEINE TRENNUNG VON STAAT UND KIRCHE: *THEOKRATIE.***
  - **IN DEN WESTLICHEN LÄNDERN *KEINE THEOKRATIE.***

Verhandeln mit Arabern

- **IN DEN *ARABISCHEN LÄNDERN* SPIELT *DIE FAMILIE* DIE HAUPTROLLE.**
  - **IN DEN *WESTLICHEN LÄNDERN* ABER DAS *INDIVIDUUM.***
- **ARABER SIND *GERECHT UND FLEXIBEL*.**
  - **IN DER WESTLICHEN WELT IST MAN *GERECHT UND EHRLICH.***

Verhandeln mit Arabern

- **IN DER *ARABISCHEN WELT* SPIELEN *MENSCHEN (VON GOTT GEFÜHRT)* DIE HAUPTROLLE.**
  - **IN DER *WESTLICHEN WELT* SETZT MAN ABER AUF *ORGANISATIONEN* UND *INSTITUTIONEN.***
- ***ARABER PASSEN SICH* DER MODERNEN ZEIT *AN*, ABER *BEHALTEN* ZUGLEICH *DIE WERTE DER TRADITION BEI.***
  - **IM *WESTEN* IST *ANPASSUNG DER WICHTIGSTE FAKTOR.***

Verhandeln mit Arabern

- **IN DEN ARABISCHEN LÄNDERN GIBT ES *KEINE FRAUENEMANZIPATION.***

- **ARABER SIND *WENIGER REISELUSTIG* ALS LEUTE IN DEN WESTLICHEN LÄNDERN.**

Verhandeln mit Arabern

- **IN *ARABIEN* SIND *FREUNDE LEUTE, DIE DEREN GEGENSEITIGE BITTEN NICHT ABLEHNEN KÖNNEN.***
- **IM *WESTEN* SIND *FREUNDE GUTE GESELLSCHAFT.***
- ***ARABER* BENUTZEN *PERSÖNLICHE BEZIEHUNGEN* ZUM DURCHSETZEN IHRER GESELLSCHAFTLICHEN INTERESSEN.**
- **IM *WESTEN* BENUTZT MAN DAZU *OFFIZIELLE WEGE.***

Verhandeln mit Arabern

- **BEI VERHANDLUNGEN WENDEN *ARABER SUBJEKTIVE ARGUMENTE* AN.**
- **GESCHÄFTSLEUTE AUS DEM *WESTEN* VERHANDELN AUFGRUND VON *SCHLUßFOLGERUNGEN (LOGIK).***

Der typische Araber

- **BAZAR-MENTALITÄT**
- **FREUDE AM HANDELN**
- **HART IN DER VERHANDLUNG**
- **ÜBERREDUNGSKÜNSTLER**
- **SENSIBEL**

Der typische Araber

- **GUTER BEOBACHTER**
- **PERSONENORIENTIERT**
- **HIGH-CONTEXT**
- **POLYCHRONISCHES VERHALTEN**

Der typische Araber

- **FAMILIENZUGEHÖRIGKEIT**
- **INDIVIDUALISMUS**
- **VERBOTE / GEBOTE**
- **TRADITION**
- **GEPFLEGTES ERSCHEINUNGSBILD**

Der typischeAraber

- **VERHÄLTNIS ZUR ZEIT**
- **TERMINE NICHT WICHTIG**
- **ZUVERLÄSSIGKEIT DES PARTNERS**
- **MIMIK, GESTIK**

Wie Araber Deutsche sehen

- **PÜNKTLICH**
- **QUALITÄTSBEWUßT**
- **PRÄZISE**
- **EFFIZIENT**
- **ZUVERLÄSSIG**

Wie Araber Deutsche sehen

- **TENDENZ ZUM PERFEKTIONISMUS**
- **BEACHTEN VORSCHRIFTEN**
- **SEHR KULTIVIERT**

Wie Araber Deutsche sehen

- **DISZIPLINIERT**
- **ÜBERHEBLICH**
- **NICHT SPONTAN**
- **WENIG FLEXIBEL**

Wie Araber Deutsche sehen

- **NICHT BESONDERS ELEGANT**
- **KOMMEN SOFORT ZUR SACHE**
- **DETAILLIEBEND**
- **ORGANISATIONSTALENT**

Was Araber von Deutschen erwarten

- **GEDULD**
- **GESCHICKT**
- **GASTFREUNDLICH**
- **SCHLAU**

Was Araber von Deutschen erwarten

- **ANPASSUNGSFÄHIG**
- **ZEIT NICHT WICHTIG**
- **HÖFLICH**

Was Araber von Deutschen erwarten

- **RHETORIKER**
- **HART IM GESPRÄCH**
- **TRADITIONSGEBUNDEN**
- **GUTER BEOBACHTER**

Was Araber von Deutschen erwarten

- **PERSONENORIENTIERT**
- **GLÄUBIG**
- **SERIÖS**

Ratschläge für Deutsche bei der Marktbearbeitung in arabischen Ländern

- **EINSTELLUNG ZUR PÜNKTLICHKEIT**
- **HOLISTISCHE DENKWEISE UND CHAOTISCHE VERHÄLTNISSE**
- **UNBEDEUTENDE GESPRÄCHE EINKALKULIEREN**
- **BETONUNG DEUTSCHER EIGENSCHAFTEN**

Ratschläge für Deutsche bei der Marktbearbeitung in arabischen Ländern

- **DETAILBESPRECHUNG**
- **RHETORISCHE FÄHIGKEITEN UND SPRACHLICHE FINESSEN**
- **SITZFLEISCH UND GEDULD**
- **STÖRUNGEN (TELEFON), UNTERBRECHUNGEN (PERSONEN)**

Einflussfaktoren zum Markteintritt in arabischen Ländern

- **UNTERSCHIEDLICHES LERNVERHALTEN DES MENSCHEN:**

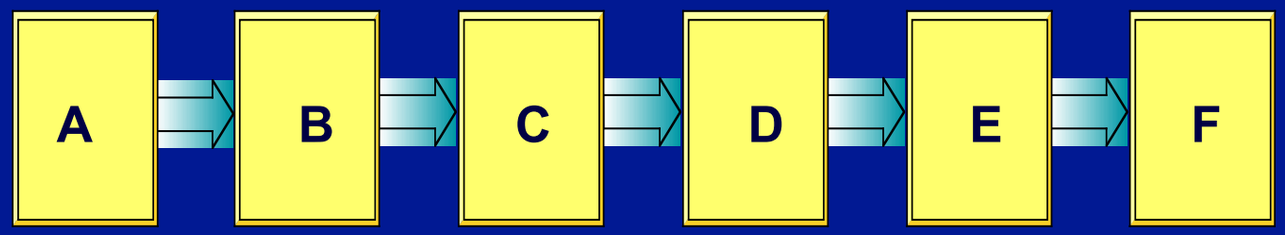
- ***SERIALISTISCHE / LINEARE DENKWEISE ---> EUROPA, USA***

- **GEORDNETE, SYSTEMATISCHE, *CHRONOLOGISCHE DENKWEISE***

- ***LINEAR STRUKTURIERTE* VERHANDLUNGEN UND ARGUMENTATION**

Einflussfaktoren zum Markteintritt in arabischen Ländern

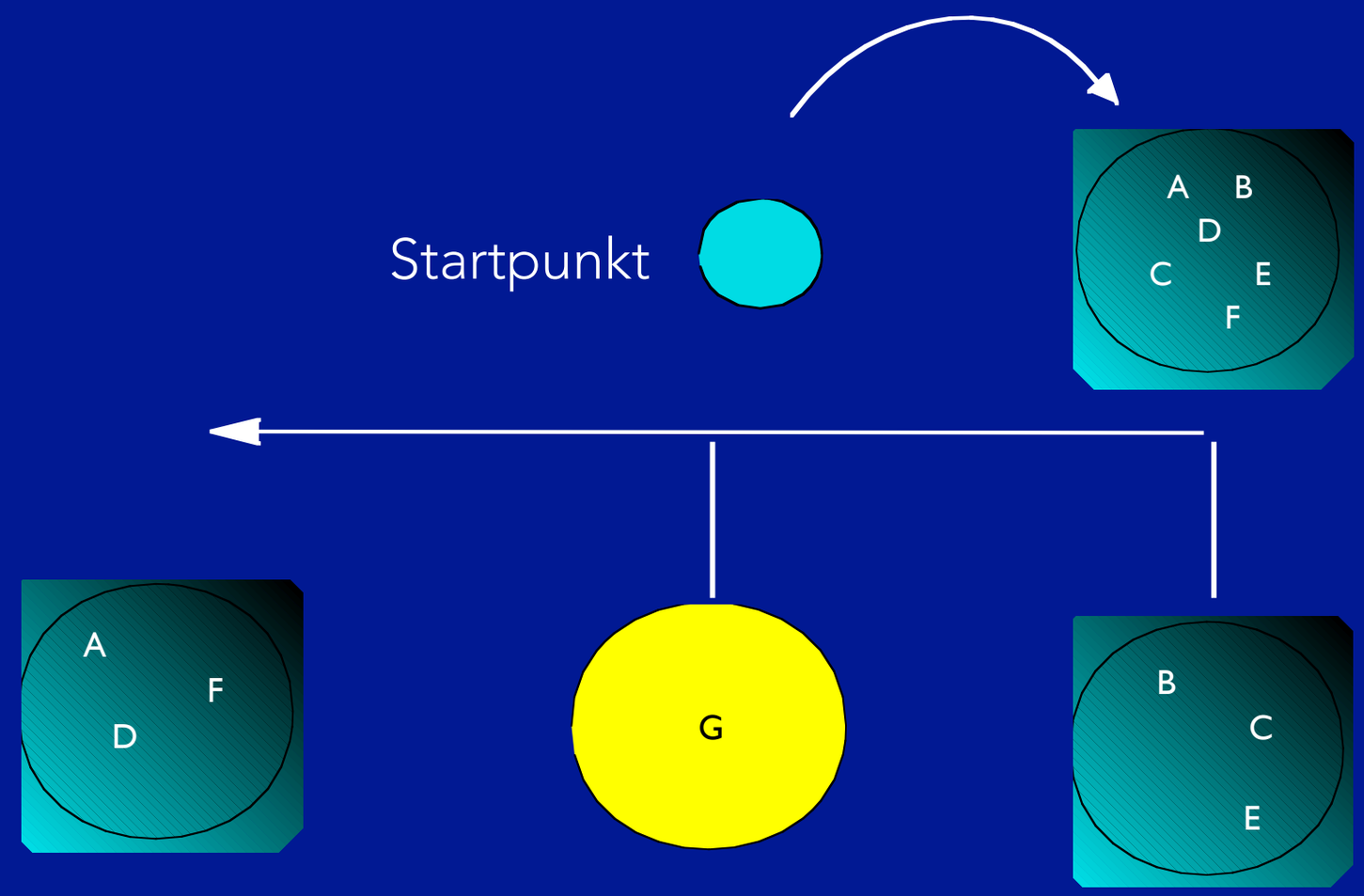
- ***SERIALISTISCHE, LINEARE DENKWEISE:***



Einflussfaktoren zum Markteintritt in arabischen Ländern

- ***HOLISTISCHE, GANZHEITLICHE DENKWEISE --> ARABIEN, ASIEN:***
- **SPRUNGHAFTE UND UNSYSTEMATISCHE DENKWEISE.**
- **DEN GESAMTEN ZUSAMMENHANG REKONSTRUIEREN.**
- **SPRUNGHAFTE VERHANDLUNGSTECHNIKEN UND ARGUMENTE.**

Holistische Denkart



Holistische Denkart

- **Araber, Asiaten denken tagelang über ein bestimmtes Problem nach;**
- **Nach einer angemessenen Periode scheinen A, D und F die besen Lösungen;**
- **B,C und E läßt man schon schnell außer Betracht;**
- **Nachdem man das vorliegende Problem im Rahmen der vorliegenden Verhältnisse betrachtet hat, entscheidet man sich (ohne daß man diese Möglichkeit schon vorher in Betracht gezogen hat!) für G.**

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **DIE DEM ORIENT EIGENTÜMLICHE WIRTSCHAFTSFORM IST *DER BAZAR:***
- **EINE MISCHUNG AUS *HANDELS- UND GEWERBETÄTIGKEIT.***
- **DER HANDEL IM BAZAR BESTEHT AUS EINEM *SCHACHSPIEL DER GESCHICKLICHKEIT UND GEDULD.***
- **HIER ENTWICKELT SICH *EINE WORTREICHE RHETORIK.***
- ***DER KUNDE* GILT ALS *GASTFREUND.***

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **MIT DEM BARZARLEBEN AUF. DER BESUCHER, DER DIE KAUFGEGENSTÄNDE GEBÜHREND *BEWUNDERT UND DEREN KURSWERT ERKENNT*, WIRD *MEHR GESCHÄTZT* ALS KÄUFER, DIE DIESE OHNE WÜRDIGUNG DES WERTES SCHNELL KAUFEN.**

- **HEUTZUTAGE *VERSCHWINDEN DIE BAZARE IMMER MEHR,* DOCH DIE ART DES HANDELNS, *DER HOHE STELLENWERT DES PERSÖNLICHEN KONTAKTS* WEISEN NOCH ÄHNLICHKEITEN.**

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **EIGENART DES ARABISCHEN GESCHÄFTSABLAUFS:** ***DIE LANGE ANLAUFPHASE:***
- **DER ARABER MÖCHTE VOR JEDEM GESCHÄFTSABSCHLUß *EIN 'GEFÜHL'* VON SEINEM GESCHÄFTSPARTNER BEKOMMEN.**
- ***VERBALE UND NON-VERBALE EINDRÜCKE* SIND WICHTIG.**
- ***FREUNDSCHAFTLICHE BEZIEHUNG ZWISCHEN IMPORTEUR UND EXPORTEUR* WIRD SEHR *GESCHÄTZT* UND GILT ALS VORAUSSETZUNG FÜR EIN GUTES GESCHÄFT.**

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- ***DIE ENTSCHEIDUNGSBEFUGNIS*** **VOM GESCHÄFTSREISENDEN IST VON AUßERORDENTLICHER WICHTIGKEIT.**

- ***VERHANDLUNGEN*** **WERDEN NUR** ***AUF HÖCHSTER EBENE GEFÜHRT.***

- **VERHANDLUNGEN WERDEN VON VERHANDLUNGSPARTNERN GEFÜHRT, DIE DIREKT** ***VOM HAUPTSITZ DER FIRMA*** **KOMMEN.**

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **ARABER *VERPLANEN IHRE ZEIT WENIGER* UND SEGMENTIEREN DEN TAGESABLAUF WESENTLICH SCHWÄCHER.**

- ***VERABREDUNGEN* SIND *NICHT SO WICHTIG* UND *TERMINE* WERDEN *SCHNELL WIEDER UMGESTOßEN.***

  - ***EUROPÄER*** **: "ICH TREFFE SIE MORGEN UM 17.00 UHR."**
  - ***ARABER*** **: "ICH KOMME MORGEN NACHMITTAG, SO GOTT WILL."**

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **DER ZEITAUFWAND FÜR EINE UNTERHALTUNG WIRD *WESENTLICH GROßZÜGIGER BEMESSEN* ALS IN EUROPA UND DEN USA.**

- **ANZEICHEN VON *EILE* UND *UNGEDULD* WERDEN ALS *UNHÖFLICHKEIT* GEWERTET UND ERWECKEN DEN VERDACHT, ES MIT EINEM UNSERIÖSEN PARTNER ZU TUN ZU HABEN.**

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **DER ARABER IST GEWOHNT, *LÄNGER* ZU *VERHANDELN* UND DAS *ANGEBOT LÄNGER* ZU *ÜBERDENKEN.***

- **IN EINEM *AUSFÜHRLICHEN GESPRÄCHSBEGINN*, DEM MEISTENS SEHR VIEL ZEIT GEWIDMET WIRD, GIBT ES *SMALL TALK.***

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **WÄHREND DES GESPRÄCHS KANN ES HÄUFIG ZU *UNTERBRECHUNGEN* KOMMEN.**

- **MAN SOLL DIESE *NICHT* ALS *MIßACHTUNG INTERPRETIEREN.***

- **IN ARABISCHEN UNTERNEHMEN WERDEN DIE ENTSCHEIDUNGEN NUR VON *EINZELNEN ENTSCHEIDUNGSTRÄGERN* GETROFFEN.**

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **DADURCH MUß DER VERHANDLUNGSPARTNER NOCH VIELE ANDERE DINGE *GLEICHZEITIG ERLEDIGEN.***

- ***LANGE GESPRÄCHSPAUSEN SIND ÜBLICH*, DIE ES ERMÖGLICHEN SOLLEN, SEINE SACHE (LAGE) *BESSER* ZU *ÜBERDENKEN* UND EINE *BESSERE EINSCHÄTZUNG* DES GESPRÄCHSPARTNERS ZU BEKOMMEN.**

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **DIE AUSSTATTUNG DES BÜROS WIDERSPIEGELT *NICHT* DIE WIRT-SCHAFTLICHE LAGE DES INHABERS bzw. DER FIRMA.**

- **DIE BEDÜRFNISLOSE LEBENSFÜHRUNG ENDET ABER, SOBALD *DAS PRESTIGE* ANGESPROCHEN WIRD (AUTO, UHR, RINGE usw.).**

- ***STATUS UND PRESTIGE WERDEN HÖHER ALS GELD EINGESCHÄTZT.***

Die Wirtschaftsmentalität der Araber

- **EINLADUNGEN IN DIE PRIVATE SPHÄRE SIND *SELTEN* UND ERFOLGEN ERST NACH LÄNGERER BEZIEHUNG.**
- ***HIGH-CONTEXT.***
- **ARABISCHE *FRAUEN* WERDEN IM GESCHÄFTSLEBEN *ALS GESCHÄFTSPARTNER NICHT AKZEPTIERT.***

Die Rolle des Islam in der arabischen Wirtschaft

- **DAS BEKENNTNIS ZUM ISLAM FÜHRTE VÖLKER HETEROGENER KULTUREN ZUSAMMEN UND VERMOCHTE DIESE ZU *INTEGRIEREN.***
- ***DER ISLAM VERBINDET DAS GEISTLICHE MIT DEM WELTLICHEN: THEOKRATIE.***
- **DADURCH WERDEN *RELIGIÖSE DOGMEN* ZUGLEICH ZU *HANDLUNGSANWEISUNGEN.***

Die Rolle des Islam in der arabischen Wirtschaft

- **DER GLAUBE WIRD *VERINNERLICHT* UND *INSTITUTIONALISIERT*.**
- **DER ISLAM VERBINDET SO THEORIE UND PRAXIS UND ERMÖGLICHT EINE *IDENTIFIKATION VON DENKEN UND HANDELN*.**
- **DAS RELIGIÖS ORIENTIERTE DENKEN MOTIVIERT DIE GLÄUBIGER ZUR *SELBSTKONTROLLE IHRES HANDELNS.***

Die Rolle des Islam in der arabischen Wirtschaft

- ***WERBETRÄGER*** **WERDEN** ***VON DER RELIGION BEEINFLUßT.***

- ***WERBESPOTS*** **WERDEN** ***IN SAUDI ARABIEN IM BEGRENZTEN UMFANG*** **ZUGELASSEN.**

- **IN DEN ANDEREN ARABISCHEN LÄNDERN SIND** ***WERBEEINSCHALTUNGEN IN ZEITUNGEN UND ZEITUNGEN AM MEISTEN VERBREITET.***

Die Rolle des Islam in der arabischen Wirtschaft

- **EINEN DIREKTEN EINFLUß AUF DIE WIRTSCHAFT HAT *DER FASTENMONAT RAMADAN.***
- **IN DIESER ZEIT BIS NACH ENDE DES OPFERFESTES LIEGT DER *WIRTSCHAFTLICHE SEKTOR PRAKTISCH STILL.***
- **WÄHREND DER TÄGLICHEN GEBETSZEITEN SCHLIEßEN IN SAUDI ARABIEN DIE GESCHÄFTE FÜR ETWA 15 MINUTEN (REGELUNG IST GESETZLICH VERANKERT**).

BENIERS CONSULTANCY

International Business Training Center

präsentierte

Verhandeln mit Arabern

Beniers Consultancy
International Business Training Center

www.beniers-consultancy.com
http://blog.beniers-consultancy.de

C.J.M. Beniers. *Interkulturelle Kommunikation.*
Hanser Verlag München, BRD. ISBN: 3-446-40220-9.

C.J.M. Beniers. *International Business Language for Industrial Engineers.*
Hanser Verlag, München, BRD. ISBN: 3-446-22374-6.

C.J.M. Beniers. *Hörbuch Interkulturelle Kompetenz.*
Technisat Digital GmbH. Daun, BRD