BENIERS CONSULTANCY

International Business Training Center

präsentiert

Verhandeln mit Polen

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 Polen

- Polnische Geschäftsleute weisen sowohl *beziehungsorientiertes* wie auch *zielorientiertes Verhalten* auf.

- Darum streben sie nach *guten Beziehungen* mit ihren Geschäftspartnern, zugleicherzeit benutzen sie am Verhandlungstisch *direkte, unmißverständliche Sprache.*

Verhandeln mit Polen

- Polnische Geschäftsleute benehmen sich *förmlich* und sind *ziemlich polychronisch* veranlagt.
- Am Anfang verhalten sie sich *kommunikativ zurückhaltend.*
- Wenn man sich besser kennt, sind sie weniger zurückhaltend.

Verhandeln mit Polen

- Polnische Geschäftskultur ist von der geographischen Lage und der Geschichte geprägt: *Polen ist vom Westen und vom Osten beeinflußt worden.*

- Polen sind *weniger* als ihre Nachbarn *von kommunistischen Grundsätzen* usw. *beeinflußt* worden.

Verhandeln mit Polen

- **Ursachen:**

  - ➔ Die dominierende Rolle der *römisch katholischen Kirche*

  - ➔ Die Rolle der *privaten Landwirtschaft*: In Polen gab es weniger kollektive Landwirtschaft als in anderen Staaten hinter dem Eisernen Vorhang.

Verhandeln mit Polen

- **Sehr wichtig:** ***die richtigen Beziehungen zu der richtigen Person.***
- Davon ist Erfolg im Geschäft abhängig (ganz im Gegensatz z.B. zu den USA).
- Wichtige geschäftliche Angelegenheiten werden *face-to-face diskutiert.*
- In diesem Zusammenhang sind *wiederholte Besuche* und *Anrufe* unbedingt erforderlich.

Verhandeln mit Polen

- Polen verhalten sich *förmlicher* als Dänen, Australier oder Nordamerikaner, etwa wie Deutsche und Franzosen.
- Das kommt in der Art und Weise, wie man sich kleidet, wie man sich bei Versammlungen benimmt, wie man sich grüßt, zum Ausdruck.
- *Starke Hierarchie:* Top down Entscheidungen.

Verhandeln mit Polen

Verhandeln mit Polen

- Nur *wenig Frauen* haben eine *Management-position.*
- Darum sind viele Männer nicht gewohnt, auf demselben Niveau mit weiblichen Managern umzugehen und / oder Geschäfte zu machen.

Verhandeln mit Polen

- Männliche und weibliche Manager wissen, daß wichtige *Entscheidungen* vom *höchsten männlichen Manager* getroffen werden.

- Dadurch macht man *nicht so schnell Fortschrit-te* und *ziehen die Verhandlungen sich in die Länge.*

- Wichtig für Ausländer: Man soll sicher davon sein, daß man mit dem *Zuständigen* verhandelt.

Verhandeln mit Polen

❑ ***Polychronische Einstellung zur Zeit:***

➔Versammlungen fangen 15 bis 20 Minuten zu spät an, dauern länger als geplant und werden manches Mal unterbrochen.

➔Ausländer tun gut daran, Geduld zu haben und nicht mehr als zwei Meetings pro Tag zu planen.

Verhandeln mit Polen

- Polen bringen bei Verhandlungen ihren *Ärger, Unmut oder Irritation zum Ausdruck.*
- Nicht laut sprechen und nicht auf den Tisch schlagen.
- *Distanz* zwischen Personen: 25 - 40 cm.
- *Augenkontakt* ist wichtig.

Verhandeln mit Polen

- Nur *Bekannte oder Verwandte* nennen sich beim *Vornamen.*
- *Visitenkarte* soll die Funktion in der Firma erwähnen.
- Polen betrachten ihr Land nicht als Teil Osteuropas, sondern als Teil *Zentraleuropas.*

Verhandeln mit Polen

- ***Angemessene Gesprächsthemen:***

  ➔Familie, Sport (Fußball) und die USA.

- *Unangemessene Gesprächsthemen:*

  ➔Zweiter Weltkrieg, Religion.

Verhandeln mit Polen

- ***GESCHENKE:***
- ***Alkoholgetränke:*** **Scotch, Kognak (nicht Wodka: überall leicht erhältlich).**
- ***Blumen*** **in ungerader Zahl (keine roten Rosen: Liebe), Chrysanthemen (Beerdigung).**
- ***Schokolade, Kaffee, Zigaretten.***

Verhandeln mit Polen

- *Einladung zuhause:* Ehre, immer akzeptieren
- *Frühstück* zwischen 7.00 - 8.00 Uhr.
- *Kein Lunch, Hauptmahlzeit* mittags etwa 3.00 oder 4.00 Uhr.
- *Businesslunch:* zwischen 4.00 und 5.00 Uhr.
- *Abendmahlzeit:* etwa 8.30 Uhr.

Verhandeln mit Polen

- ***PRÄSENTATION:***

- *Nicht* mit *Witz* (USA,UK,NL!) anfangen.

- *Fakten, Zahlen, technische Einzelheiten* sind sehr wichtig.

Verhandeln mit Polen

- Vernünftige Unterhändler legen *nicht sofort alle ihren Karten auf den Tisch.*
- Sie bewahren *‚Wechselgeld'* für die wichtig-ste Verhandlungsphase.
- *Angebot in der Anfangsphase:* realistisch, soll aber genug Raum für ‚Bewegung' lassen (Exploring).

Verhandeln mit Polen

- ***MIßVERSTÄNDNISSE VERMEIDEN:***

  - ➔ Man soll nicht einen Dolmetscher benutzen (übersetzt buchstäblich), sondern einen *VERMITTLER.*

  - ➔ Vermittler betont die Art und Weise, *WIE* man etwas sagt und steuert so das Ge- spräch in die richtige Richtung.

Verhandeln mit Polen

- Alle schriftlichen Unterlagen, inklusive Korres-pondenz, sollen *in polnische Sprache* über-setzt werden.

- Ein Tag vor Ankunft in Polen ruft man den polnischen Geschäftspartner an, um ihn an das Businessgespräch (Datum, Zeit) zu erinnern.

Verhandeln mit Polen

- ***ANGEMESSENE KLEIDUNG:***

  ➔ Polnisches Sprichwort:
  „Wie man Sie sieht, so denkt man auch über Sie"

  ➔ In Polen widerspiegelt die Kleidung die Position, die man innehat, beruflichen Status usw.

Verhandeln mit Polen

- ***ANGEMESSENE KLEIDUNG:***

  - ➔ *Männer* tragen tagsüber hellfarbige, abends aber dunkelfarbige Kleidung.
  - ➔ *Frauen* tragen tagsüber Businesskleidung.
  - ➔ Abends ein schönes Kleid für Theaterbesuch usw.

BENIERS CONSULTANCY

International Business Training Center

präsentierte

Verhandeln mit Polen

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