

Kennen Sie „Mau-Mau“? Es ist ein einfaches Kartenspiel, das in Deutschland besonders gern von Kindern gespielt wird. Doch je nach dem, in welchem Landesteil Sie sich befinden, wird dieses Spiel nach unterschiedlichen Regeln gespielt, ja, manchmal kennt man es sogar unter einem ganz anderen Namen.

Ein anderes Beispiel sind Rezepte: ein Gericht kann im ganzen Land unter einem Namen bekannt sein und doch regional unterschiedlich gekocht werden. Oder es wird im ganzen Land auf die selbe Weise zubereitet, hat aber je nach Region einen anderen Namen. Kommt Ihnen das bekannt vor?

Menschen sind verschieden. So, wie die Kulturen, die sie entwickelt haben. Wir wissen das. Aber sind wir uns dessen auch bewusst? Und wissen wir diese Tatsache zu schätzen, geschweige denn zu nutzen?

Wie viel einfacher könnte das internationale Geschäftsleben doch sein, wenn nicht immer wieder "unerklärliche Dinge" passieren würden, wie:



„Seit kurzem arbeiten wir mit einem deutschen Automobilhersteller zusammen. Doch jedes Mal, wenn der deutsche Vertriebsleiter zu einer Besprechung kommt, muss ich springen und alles liegen und stehen lassen, als gäbe es nichts Wichtigeres auf der Welt als ihn. Ich habe schließlich auch nur zwei Hände und die sind Gold wert. Aber das sieht der Deutsche natürlich nicht!“



„Also, jetzt ist Schluss! Lange genug habe ich mir das ignorante Verhalten gefallen lassen! Aber wenn der deutsche Chef nicht merkt, dass das Betriebsklima seit seiner Amtsübernahme von Tag zu Tag kühler und unfreundlicher wird, dann soll er doch jemand anderen schikanieren. Es gibt auch noch andere Unternehmen, die eine Spitzenkraft zu schätzen wissen.“



„Zugegeben, der Liefertermin stand fest und wir haben auch alles daran gesetzt, ihn einzuhalten. Aber es gibt nun mal Unwägbarkeiten, die man nicht einplanen kann. Wieso begreifen das die Deutschen nicht? Hätte ich nicht so gute Kontakte zum Nachbarwerk, hätte sich der Termin noch länger herausgeschoben. Anstatt mich anzugreifen, müssten die Deutschen mir dankbar sein.“



„Also, ich verstehe die Aufregung meiner deutschen Kollegin beim besten Willen nicht! Alles ist bestens vorbereitet, der erste Messetag lief ausgezeichnet und ich habe aussichtsreiche Kontakte knüpfen können. Ist es meine Schuld, dass sie schon frühzeitig ins Bett geht, während ich mit potenziellen Kunden eine unterhaltsame Nacht verbringe? Da kann sie doch wenigstens die Präsentation für mich übernehmen!“



„Das darf doch nicht wahr sein! Die Deutschen mit ihrer Bürokratie treiben mich noch in den Wahnsinn! Von der Wiege bis zur Bahre Formulare, Formulare! Wer solche Sprichworte erfindet, müsste eigentlich viel Zeit haben. Aber denen geht nichts schnell genug. Als wenn die Anträge nicht bis morgen warten könnten.“



In unseren Seminaren zur Verbesserung der interkulturellen Kommunikation erfahren Sie, wie Sie Unsicherheiten und Missverständnisse mit oft fatalen Folgen (geschäftliche Misserfolge) - resultierend aus kulturellen Unterschieden - im vornherein vermeiden können. Auf anschauliche Weise lernen Sie die Bedingungen für eine erfolgreiche Kommunikation mit Ihrem deutschen Partner kennen:

- ★ bewusstes Wahrnehmen der eigenen kulturbedingten Verhaltens- und Denkweisen
- ★ Wahrnehmung der fremden Kultur aus dem Blickwinkel des anderen
- ★ besserer Umgang mit Stress und Unsicherheiten
- ★ auf Ungewohntes adäquat reagieren und alternativ agieren
- ★ die eigenen Ideen und Vorstellungen so vermitteln, dass der Geschäftspartner sie auch auf dem Hintergrund seiner eigenen Kultur richtig interpretieren kann.

Zielstellungen:

Die Teilnehmer werden sensibel gemacht für den Umgang mit Mitgliedern fremder Kulturen, mit denen sie beruflich zu tun haben werden. Der persönliche Erfolg des Einzelnen sowie des Unternehmens, für das er tätig ist, hängt in hohem Maße von der Kenntnis der kulturellen Besonderheiten der Kommunikationskultur des ausländischen Partners ab. Das Seminar bereitet die Teilnehmer auf diese kulturellen Besonderheiten vor und reflektiert gleichsam das eigene unbewusste kulturbedingte Verhalten.

Methodik:

Anhand realer Beispiele aus der interkulturellen Geschäftspraxis werden acht Themen behandelt. Zur Veranschaulichung kommen Videosequenzen von Interviews mit Unternehmern, Arbeitnehmern und Kommunikationswissenschaftlern über ihre Erfahrungen in fremden Kulturkreisen zum Einsatz.

Mittels Rollenspiel werden typische Konfliktsituation erlebbar gemacht und die Sensibilität im Umgang mit anders Denkenden, Handelnden und Fühlenden gefördert.

Zur Vorbereitung auf ihr berufliches Engagement in Deutschland erhalten die Teilnehmer umfassende Informationen über die Lebensweise, den Lebensstandard, die Eigentümlichkeiten, insbesondere in Alltagssituationen, sowie einen Überblick über die historisch gewachsene gesellschaftliche und politische Entwicklung der deutschen Kultur.

Inhalte:

I. Der Kulturbegriff:

Was bedingt Kultur? – Bedeutung von Kulturstandards - Charakteristika der eigenen Kultur – Stereotypen und Vorurteile

II. Die Beziehungsebene:

Was kommt zuerst: der Vertragsabschluss oder die Beziehung? – Personenorientierung versus Sachorientierung - Diffusion von Lebens- und Persönlichkeitsbereichen – internale versus externale Kontrolle

III. Die Sprachebene:

Wie wichtig ist die Sprache? – direktes versus indirektes Sprachverhalten – Doppeldeutigkeiten – Fehlinterpretationen durch geringen resp. hohen Sprachkontext

IV. Nonverbale Kommunikation:

Was niemand ausspricht, aber jeder wahrnimmt: paraverbale und nonverbale Kommunikation – Expressivität versus Reserviertheit – Distanzverhalten

V. Tradition, Moral und Rechtsempfinden:

Was entscheidet über den Erfolg? – Strukturen der Kulturen – Organisation versus Improvisation – Die Bedeutung von Status, Hierarchien, Macht und Respekt – Besonderheiten des interkulturellen Marketings

VI. Die Zeitebene:

Monochrones versus polichrones Zeitverständnis – Pünktlichkeit und Geduld – Simultanität oder eins nach dem anderen?

VII. Die Konfliktebene:

Wie vermeide ich Konflikte? – Umgang mit Fehlern und Kritik – Selbstbehauptung versus schwankende Selbstsicherheit – Fallstricke der interkulturellen Mitarbeiterführung

VIII. Riten, Sitten und Gebräuche:

Protokoll und Etikette – Kleider machen Geschäfte – Begrüßungsrituale – Einladungen – Gastgeschenk oder Bestechung?

Konditionen

	Tage	Zeit	UE	Preis / Person
2-Tage-Seminar:	Sa / So	8:30 Uhr - 16:30 Uhr	16 UE	580,00 €
3-Tage-Seminar:	Fr - So	8:30 Uhr - 16:30 Uhr	24 UE	770,00 €

Termine 2-Tage-Seminare 2006:

Jan.	Feb.	März	April	Mai	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
14./15.	11./12.	11./12.	08./09.	13./14.	09./10.	14./15.	11./12.	02./03.

Termine 3-Tage-Seminare 2006:

Jan.	Feb.	März	April	Mai	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
27.-29.	24.-26.	24.-26.	21.-23.	26.-28.	22.-24.	27.-29.	24.-26.	15.-17.

Die Seminare finden in unseren Schulungsräumen in Dresden statt. Firmeninterne Schulungen führen wir in Ihrem Unternehmen durch. Die Termine dafür werden mit Ihnen abgesprochen.

Für die Dauer Ihres Seminaraufenthaltes in Dresden arrangieren wir nach Ihren Wünschen eine Unterkunft in komfortabel eingerichteten Appartements mit Bad, Küche, TV, Telefon- und Internetanschluss, gemütlichen Gästezimmern oder Hotels.



Fax: 0049 (0)351 – 42 45 035

Post: Deutsche Sprachschule Dresden
Grillparzerstraße 44
01157 Dresden
Germany

Firma:
Vorname:
Nachname:
PLZ / Stadt:
Straße:
Land:
Tel.:
Fax:
Email:

Ich melde mich/uns für das Seminar „**Interkulturelle Kommunikation**“ an:

- 2-Tage-Seminar (Sa / So) mit 16 UE
Kosten pro Teilnehmer: 580,00 €
- 3-Tage-Seminar (Fr – So) mit 24 UE
Kosten pro Teilnehmer: 770,00 €

Teilnehmerzahl:

Termin:

Bitte buchen Sie für mich/uns folgende Unterkunft:

- Gästezimmer für Personen
- Appartement für Personen
- Hotelkategorie:
Standard Komfort Luxus für Personen
- mit Frühstück ohne Frühstück

.....
Ort / Datum

.....
Unterschrift / Firmenstempel

Deutsche Sprachschule Dresden

Grillparzerstraße 44
01157 Dresden

Fon: +49 (0) 351 – 42 41 358
Fax: +49 (0) 351 – 42 45 035
Email: benjak@deutschesprachschule.de
Web: www.deutschesprachschule.de