



BUSINESS TRAVELLER-Serie

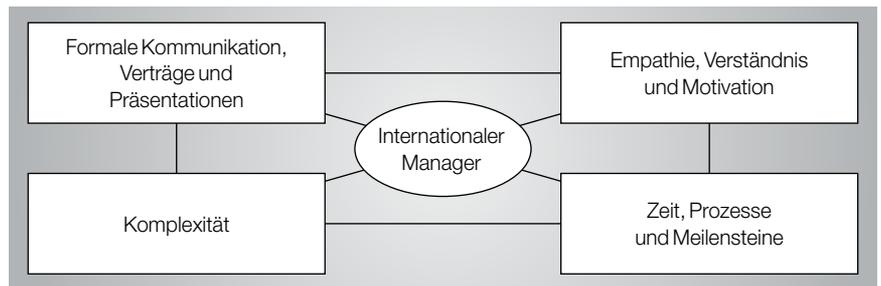
Verhandeln unterwegs

Folge 69 Empathie – eine wichtige Voraussetzung für Ihren Erfolg

heute bietet uns die weltweite Telekommunikation ungeahnte Möglichkeiten: Mithilfe von Skype, iPad, Internet und Mobiltelefon erhalten wir sofort Zugang zu Informationen und Personen. Wenn man aufgrund derartiger Informationsmöglichkeiten weltweit Kommunikation ohne jegliche Grenzen betreibt, kann der geschäftliche Erfolg dann nicht international erheblich wachsen?

Die Erfahrung zeigt, dass eher das Gegenteil der Fall ist: Gerade im Zeitalter von Ad-hoc-Informationen ist vor allem ein Faktor äußerst wichtig auf internationalem Parkett: Empathie. Damit meinen wir in erster Linie das Eingehen auf persönliche Eigenschaften und Mentalitäten, im Gegensatz zur weit verbreiteten kognitiven Intelligenz, also dem Verstehen von nachvollziehbaren Prozessen wie zum Beispiel mathematischen Gleichungen oder Analysen. Der Einzelne, sei es als Geschäftspartner, Mitarbeiter, Kunde oder Klient, ist heutzutage wichtiger denn je: Heute sind weniger Menschen im operativen Arbeitsprozess involviert, aber diese wenigen Personen sind umso wichtiger und haben im Vergleich zu früher eine höhere Entscheidungs- und Geschäftskompetenz.

Behandelt man Denk-, und Entscheidungsprozesse als selbstverständlich und als global einheitlich, folgen Fehler und Frustrationen auf dem Fuß.



Man vernachlässigt die emotionale Kommunikation und die verschiedenen Mentalitäten. Insbesondere vergisst man, auf so wichtige Aspekte wie Empathie, Verständnis und Motivation zu achten. Stattdessen fokussiert man sich auf ein nüchtern-technisches Szenario.

Die herkömmliche Sicht der Dinge sieht dann wie folgt aus: Im Zeitalter von Ad-hoc-Kommunikation mithilfe des Internets werden alle Geschäfte ähnlich. Daher reicht es aus, sich auf drei Faktoren zu fokussieren: zum einen auf formale Kommunikation, Verträge und

Präsentationen, zum anderen auf die Komplexität des Gesamtprojekts und dann nicht zuletzt auf den Faktor Zeit, also auf Prozesse und Meilensteine. Gerade hier liegt aber der entscheidende Fehler – man vergisst, dass in all diesen Bereichen die einzelnen Menschen oft den entscheidenden Faktor ausmachen. Geschäfte und Prozesse funktionieren eben besser, wenn man die Menschen emotional „abholt“, ihnen eine entsprechende Motivation darlegt und sie empathisch vor ihrem jeweiligen Kulturverständnis interpretiert. Es sind oftmals nicht die IT oder Software, die Fehler machen, sondern das unterlassene oder vernachlässigte Interesse am Gegenüber. Dieser Faktor kann im Ergebnis sehr entscheidend werden. Je mehr Sie im Ausland arbeiten, desto mehr sollten Sie auf die dort involvierten Menschen eingehen, ihr Verständnis gewinnen und ihre Motivation anstoßen. Dann werden Sie im internationalen Geschäft auch in unserer heutigen, schnelllebigen Zeit nachhaltig Erfolg haben.



Sergey Frank ist Personalberater und begleitet seit mehr als 20 Jahren Unternehmensaufstiege auf dem Weg in die Internationalisierung.

In unserer Serie zeigt er Strategien auf für das Business auf internationalem Terrain – ebenso wie Fettnäpfchen, die drohen, wenn unterschiedliche Kulturen aufeinanderprallen.
Kontakt: sergey.frank@sergey-frank.com