



Fit für den chinesischen Markt

Roadshow zum Thema „Business Travel and Payment Management in China“ mit Expertentipps für Travel Manager.

China, hier die Metropole Shanghai, steht ein bislang nicht gekanntes Wirtschaftswachstum bevor – und das betrifft auch das Travel Management.

ZUR PERSON⁺



Dr. Kirsten Nazarkiewicz ist Inhaberin und Geschäftsführerin des Instituts für interkulturelle und wissenschaftliche Beratung, Coaching und Training *consilia cct – create culture together* in Frankfurt und Stuttgart.

Experten bei AirPlus

und der Association of Corporate Travel Executives (ACTE) sagen dem Wirtschaftsraum Asien-Pazifik ein bislang nicht gekanntes Wachstum voraus. Die Bedeutung der Region wird künftig weit größer sein, als sie es vor der globalen Rezession bereits gewesen ist. Diese Entwicklung stellt viele Travel Manager vor neue Herausforderungen, da sie in fremden Kulturkreisen agieren müssen. Mit einer Roadshow unter dem Titel „Business Travel and Payment Management in China“ hat AirPlus die Besonderheiten des chinesischen Marktes für die Branche in den Fokus gerückt und Hilfestellung im Umgang mit dortigen Geschäftspartnern gegeben.

Die Veranstaltungsreihe in fünf europäischen Ländern fand großen Zuspruch bei Vertretern von Unternehmen, deren Ziel die Professionalisierung des globalen Travel Managements ist. Neben Fachvorträgen bot die Roadshow die Möglichkeit zu persönlichen

Gesprächen mit den Referenten und mit Sales Managern, die die Region bestens kennen.

Praktische Tipps fürs Miteinander der Kulturen

Einige wichtige Punkte im Umgang mit chinesischen Partnern benennt Dr. Kirsten Nazarkiewicz, eine der Expertinnen aus den Reihen der Roadshow-Referenten:

- + In China haben Hierarchien besondere Bedeutung. Sie sollten den Status Ihres Gesprächspartners kennen. Je höher er in der Hierarchie steht, desto größer ist sein Ansehen. Zeigen Sie Respekt, indem Sie Ihr Gegenüber mit Titel ansprechen. Seien Sie bei Zusammenkünften mit höhergestellten Verhandlungspartnern frühzeitig vor Ort und zeigen Sie in Ihrem Gesprächsverhalten, dass Sie sich ihnen unterordnen.
- + „Guan-xi“ steht in China für die entscheidende Bedeutung, die dem Aufbau einer harmonischen, von wechselseitigem Ver-



trauen und Loyalität geprägten Beziehung zukommt. Knüpfen Sie Verbindungen durch Verbindlichkeiten, bauen Sie Netzwerke auf, indem Sie Ihren chinesischen Geschäftspartnern helfen, und achten Sie dabei auf das Gleichgewicht von Geben und Nehmen. Zeigen Sie Ihre Dankbarkeit und halten Sie diejenigen auf dem Laufenden, die Ihnen beim Aufbau Ihres Guan-xi-„Beziehungskapitals“ geholfen haben. Wenn Sie Hilfe benötigen, so bitten Sie freundlich darum, statt Forderungen zu äußern.

- + Harmonie ist ein Leitwert der chinesischen Kultur. Um eine gute Atmosphäre zu wahren, werden Botschaften indirekt zum Ausdruck gebracht. Jegliche Form von Kritik und sogar schon das direkte Ansprechen („die Dinge beim Namen nennen“) kann zum Gesichtsverlust Ihres Gegenübers führen. Zeigen Sie ein gesichtswahrendes Verhalten, indem Sie lächeln, stets ruhig, geduldig und höflich bleiben. Suchen Sie nicht nach Schuldigen, sondern nach Lösungen.

Diese Werte sind in der chinesischen Ethik tief verwurzelt. Das Wissen um sie sowie der achtsame und respektvolle Umgang mit ihnen kann maßgeblich dazu beitragen, dass der Brückenschlag zwischen westlichen und asiatischen Ländern gelingt und die Geschäftsbeziehungen erfolgreich sind. ←