

Fremde Märkte: Geschüttelt, aber ungerührt

von Matthias Fitzner, Berater

Wer sich das erste Mal in entlegene Märkte – etwa nach Asien – vorwagt, muss sich umstellen. Menschen anderer Kulturkreise ticken anders, auch im Geschäftsleben. Auch viele Verkaufstaktiken, die sich im Inland bewährt haben, zeigen keine Wirkung. Und oft werden Marktneulinge mit Verhaltensweisen konfrontiert, deren Deutung ihnen anfangs schwer fällt.

» Erst hat man mich lange warten lassen, dann konnte ich endlich unser Produkt einer großen Gruppe vorstellen. Ich fand es sehr nervend, dass dauernd neue Leute hinzukamen, denn so musste ich ständig aufs Neue anfangen. «

» Als ich ihm unser Produkt erklärt habe, hat er immer nur den Kopf geschüttelt. «

» Sie haben Bedingungen gestellt, deren Erfüllung ich nicht zusagen konnte. Ungerührt haben sie trotzdem immer und immer wieder die gleichen Forderungen wiederholt und mich so total verunsichert. «

Kopfschütteln in Indien

Wenn Ihre indischen Geschäftspartner Ihnen andächtig zuhören und immer mal wieder den Kopf schütteln, dann signalisiert das nicht Unverständnis, sondern Zustimmung. Was bei uns eine ablehnende Geste darstellt, bedeutet dort: Ich habe verstanden.

Große Runde in China

Und wenn Sie in China Ihr Produkt in einer schon großen Runde erklären dürfen, die dann noch immer größer wird, dann sollten Sie sich geehrt fühlen. Bleiben Sie freundlich und gelassen (nicht lässig!) und erklären Sie die Zusammenhänge geduldig immer und immer wieder. Technische Details sind dort weniger wichtig – die meisten der Anwesenden werden Ihnen sowieso kaum folgen können – aber man möchte Sie kennen lernen. Misstrauisch sollten Sie sein, wenn Sie nur einen einzelnen, sehr jungen Gesprächspartner haben, denn dann ist der Weg zu dem großen Meeting noch sehr weit.

Wiederholungen in Japan

Anders in Japan. Dort gehört es zur Verhandlungstaktik, wesentliche Details wieder und wieder zur Sprache zu bringen. Hier geht es darum, Ihre Flexibilität zu testen, auch darum, Sie kennen zu lernen.



Bild: hugoblarase - Fotolia.com

Fazit

In jedem Fall sind Sie gut beraten, wenn Sie stets freundlich und geduldig bleiben, Ihren Standpunkt jedoch bestimmt und klar vertreten. Verzetteln Sie sich nicht in sprachlichen Details, denn da in der Regel keine der Verhandlungsparteien in ihrer Muttersprache kommuniziert, sind Missverständnisse bei verbalen Spitzfindigkeiten vorprogrammiert. Wenn Sie Anfänger in einem neuen Markt sind, nutzen Sie die Wartezeit vor dem Abflug am Flughafen und kaufen Sie einen guten Reiseführer. Darin sind meistens auch Verhaltensregeln enthalten, die Ihnen einen ersten Eindruck vermitteln. Alles Weitere erlernen Sie durch Beobachtung. Tauchen Sie abseits der Geschäftstermine auch mal in die Gesellschaft ein, gehen Sie etwas einkaufen, beobachten Sie das Treiben auf der Straße. Und setzen Sie Ihre „deutsche Brille“ ab, denn in Rom do like the Romans. ■

Autor: Matthias Fitzner



Der Berater Matthias Fitzner e.K. hat den Fokus seiner Beratungstätigkeit auf den After Sales Service und den technischen Vertrieb im Maschinen- und Anlagenbau gelegt. Seit über 20 Jahren ist Matthias Fitzner in dieser Branche international erfolgreich tätig und stellt seine vielfältigen Erfahrungen insbesondere Klein- und Mittelständischen Unternehmen zur Verfügung, die ihr After Sales und Service Geschäft optimieren und/oder ihre Marktbearbeitung internationalisieren wollen.

www.fitformarkets.de