

Sylvia Ortlieb

Business-Knigge für den Orient

Mit Kulturkompetenz zu wirtschaftlichem Erfolg

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung	9
Länder und Marktchancen	13
Der Nahe Osten	15
Die Golfstaaten	25
Der Maghreb-Gürtel	38
Die Islamische Republik Iran.....	48
Interkulturelles Training – muss das sein?	51
Falsch gespart kommt teuer zu stehen	52
Vorurteile und Selbstüberschätzung	53
Wie finde ich den richtigen Trainer?	55
Kulturell bedingte Persönlichkeitsmerkmale.....	56
Emotionale Kompetenz und Empathie	58
Unsicherheiten aushalten: Ambiguitätstoleranz.....	59
Kultur und Business im Orient	63
Termine und Erstkontakte.....	66
Das perfekte Gastgeschenk.....	70
Begrüßung, Anrede und Kleiderkonventionen.....	72
Die Geschäftsanbahnung.....	79
Monochron oder polychron: unterschiedliches Zeitverständnis	89
Beziehungsorientiert oder aufgabenorientiert: unterschiedliche Zielkonzepte.....	91
Verhandlungsstrategien.....	93
Geschäftsbeziehungen pflegen und ausbauen	104
Werte, Moralvorstellungen und Tabus.....	112
Islamische Regeln, Feste und Feiertage	120

Personalführung und Unternehmensorganisation im Orient	131
Status und Hierarchie	131
Patriarchalischer Führungsstil	133
Konfliktsituationen und Lösungsmöglichkeiten	136
Frauen in der arabischen Geschäftswelt	143
Orientalische Reflexionen	157
Kulturerbe und arabische Identität	157
Wissenschaftliche und kulturelle Errungenschaften der Vergangenheit	161
Eckpfeiler des Islam	165
Muslimische Glaubensgrundsätze	170
Islamische Bank- und Finanzsysteme	175
Bazar- und Feiertagskultur	179
Der Geschmack des Orients	181
Iran: Perser sind keine Araber	185
Die acht größten Irrtümer	186
Geschäfte mit Mullahs: Was man in der Islamischen Republik Iran beachten muss	188
Schlusswort	193
Literaturtipps	195
Adressen und Links	197
Über die Autorin	198
Dank	200