

Wilhelm Schmeisser, Thomas R. Hummel (Hrsg.):
Globalkompetenz durch Länderstudien

Schriften zum Internationalen Management, hrsg. von Thomas R. Hummel, Band 22
ISBN 978-3-86618-355-1, ISBN 978-3-86618-356-8 (e-book pdf),
Rainer Hampp Verlag, München u. Mering 2009, 135 S., €19.80

Länderstudien gehören zum festen Bestandteil des Internationalen Managements. Gerade kleine und mittlere Unternehmen, die ausländische Märkte betreten wollen, benötigen Informationen über kulturelle Hintergründe, die mit für erfolgreiche Geschäftsabschlüsse sorgen. Mit der Fremdsprache lernt man Land und Leute kennen. Die Länderstudien vertiefen die spezifischen Landeskenntnisse, und man erhält ein Verständnis für fremde Kulturen.

Länderstudien geben Hinweise darauf, wie vor Ort in diesen Ländern Managementverhandlungen geführt werden, in welche Fettnäpfchen man geraten kann und wie Personalführung in den internationalen Niederlassungen von Unternehmen angegangen werden kann.

Man erkennt aber auch, wie sehr Unternehmen von den Gastländern und Heimatländern beeinflusst werden, z.B. bei der Ausbildung ihres Personalmanagements und in ihrer eigenen Unternehmenskultur.

Länderstudien vermitteln Mitarbeitern, Managern und Studenten/innen ein Erfahrungswissen, wie man mit fremden Ländern, Kulturen und Menschen umgehen kann und muss.

Schlüsselwörter: Interkulturelles Management, Länderstudien, Israel, Marokko, Polen, Russland, Südafrika

Prof. Dr. Thomas R. Hummel, Professor am Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Fulda mit den Schwerpunkten Allgemeine Betriebswirtschaft und Internationales Management.

Prof. Dr. habil. Wilhelm Schmeisser, Professor an der HTW-Berlin für Betriebswirtschaft und Direktor des Kompetenzzentrums Internationale Innovations- und Mittelstandsforschung, Berlin, Direktor der Forschungsstelle „Europäisches Personalmanagement und Arbeitsrecht (EPAR)“ an der Universität Paderborn.
www.mittelstandsforschung-berlin.de.

Schriften zum Internationalen Management

herausgegeben von

Prof. Dr. Thomas R. Hummel,

Hochschule Fulda – University of Applied Sciences

Band 22

Wilhelm Schmeisser, Thomas R. Hummel (Hrsg.)

Globalkompetenz durch Länderstudien

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86618-355-1 (print)

ISBN 978-3-86618-356-8 (e-book)

Schriften zum Internationalen Management: ISSN 1612-2690

DOI 10.1688/9783866183568

1. Auflage, 2009

© 2009 Rainer Hampp Verlag München und Mering
Marktplatz 5 D – 86415 Mering
www.Hampp-Verlag.de

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Mikroverfilmungen, Übersetzungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

All rights preserved. No part of this publication may be reprinted or reproduced or utilized in any form or by any electronic, mechanical, or other means, now known or hereafter invented, including photocopying and recording, or in any information storage or retrieval system, without permission in writing from the publisher.

∞ *Dieses Buch ist auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.*

Liebe Leserinnen und Leser!

Wir wollen Ihnen ein gutes Buch liefern. Wenn Sie aus irgendwelchen Gründen nicht zufrieden sind, wenden Sie sich bitte an uns.

Vorwort des Herausgebers

In der Reihe SCHRIFTEN ZUM INTERNATIONALEN MANAGEMENT erscheinen Arbeiten, die im Wesentlichen aus Forschungsprojekten im nationalen und internationalen Kontext entstanden sind. Dies gilt sowohl für Qualifizierungsarbeiten aus dem Hochschulbereich als auch für internationale Kooperationsprojekte. Eine international vergleichende Sichtweise ist dabei die handlungsleitende Charakteristik für diese Schriftenreihe. Die einzelnen Bände der Reihe lösen sich dabei bewusst von einer klassisch-funktionalen Sichtweise des Managements und bieten damit auch eine Plattform für „Grenzthemen“ an. Die Schriftenreihe wendet sich damit an Wissenschaftler und Studierende des Internationalen Managements sowie den interessierten Praktiker in Wirtschaft und Verwaltung.

Die Verfasser behandeln im vorliegenden Band ein insbesondere für deutsche Unternehmen äußerst aktuelles Thema. Die Internationalisierung und Globalisierung sozialer, ökonomischer und politischer Aktivitäten gewinnen seit vielen Jahren an zunehmender Bedeutung. Interkulturelles Management stellt sich so als Herausforderung für die Unternehmensführung dar.

Dabei zeichnet sich in wirtschaftlicher Hinsicht immer mehr ab, dass ein erfolgreiches Agieren im internationalen Umfeld besondere Anforderungen an die betroffenen Manager stellt. Diese Anforderungen beziehen sich dabei nicht nur auf „harte“ betriebswirtschaftliche Faktoren, sondern insbesondere auf die immer wichtiger werdenden „weichen“ Faktoren. Hierzu zählen vor allem die kulturellen Rahmenbedingungen, unter denen wirtschaftliches Handeln stattfindet.

Die hier vorgestellten Länderstudien geben dabei einen vertiefenden Einblick in fremde Kulturen. Sie ermöglicht bei Bedarf eine intensive Auseinandersetzung mit kulturspezifischen Besonderheiten.

Interkultureller Personalarbeit kommt vor diesem Hintergrund zukünftig verstärkte Bedeutung zu.

Insgesamt bietet der Band damit eine fundierte Auseinandersetzung zur Beantwortung wichtiger Fragen interkultureller Differenzen von Managementhandeln.

Fulda/Hamburg, im Mai 2009

Der Herausgeber

Südafrika: Geschichte, Bevölkerung und Kultur

Wilhelm Schmeisser / Susan Burghardt

1 Frühgeschichte.....	1
1.1 Ankunft der Europäer und Herausbildung der Landaufteilung	2
1.2 Bevölkerungsgruppen.....	3
1.2.1 Weiße.....	4
1.2.2 Farbige.....	5
1.2.3 Inder/Asiaten	5
1.2.4 Schwarze.....	6
1.3 Religion	6
1.4 Kultur.....	6
2 Gesellschaftspolitische Aspekte.....	8
2.1 Konzept der Apartheid	8
2.2 Reservats- und Homeland-Politik	9
2.3 Demokratisierung	10
3 Demographische und soziale Aspekte	11
3.1 Bevölkerungswachstum	11
3.1.1 Bevölkerungsentwicklung unter dem Einfluss von AIDS	12
3.1.2 Familienplanung und Geburtenrückgang.....	12
3.2 Altersstruktur und zukünftiges Wachstum.....	13
3.3 Bildungsdefizit	14
4 Wirtschaftliche und arbeitspolitische Aspekte.....	15
4.1 Arbeitslosigkeit	15
4.2 Arbeitsbeziehungen und Black Economic Empowerment.....	17
4.3 Ursachen der Benachteiligung von Frauen	17
5 Südafrika: Automobilindustrie als Arbeitgeber und Change Agent für die Gesellschaft	18
5.1 Internationale Automobilhersteller in Südafrika.....	19
5.2 Motor Industry Development Programme	19
5.3 Einfluss der Gewerkschaften auf die Automobilhersteller	20
5.4 Zukunft der Automobilindustrie.....	21
Literaturverzeichnis	22

Marokko: Land, Menschen und Kultur

Wilhelm Schmeisser / O. Zinedine

1 Grundsätzliches zu Marokko: Marokkanische Bevölkerung	25
2 Kurzer Abriss der Geschichte Marokkos	27
3 Marokkanische Kultur und die konstitutionelle Monarchie	28
3.1 Religionen	29
3.2 Feiertage	29
3.3 Grundprinzipien der marokkanischen Kultur.....	32
3.4 Besonderheiten der Islamischen Kultur	32
3.5 Auswirkung der islamischen Prinzipien auf das Verhalten und die Mentalität der Muslime.....	33
3.5.1 Im Bereich des Glaubens.....	34
3.5.2 Im Bereich der menschlichen Beziehungen	34
3.6 Beziehungen in der Familie.....	35
3.7 Die Nachbarschaft	35
3.8 Das Wissen	36
4 Marokko Heute	36
4.1 Heutige marokkanische Sozialstruktur	36
4.2 Die Auswirkung der materialistischen Zivilisation auf die Denkart der Marokkaner.	37
4.3 Das Respektprinzip.....	38
4.4 Verpflichtungen.....	39
4.5 Kontakt aufnehmen	39
4.6 Konfliktvermeidung	40
5 Ausgewählte Bereiche des gesellschaftlichen Lebens in Marokko	41
5.1 Die marokkanische Frau zwischen Moderne und Tradition	41
5.2 Bekleidung.....	42
5.3 Begrüßung und Höflichkeit als Pflicht.....	43
5.4 Geschäftsmeeting	44
5.5 Verhandeln im Alltag	44
5.6 Wirtschaft und Handel.....	45
5.7 Handwerk	46

5.8	Industrie.....	46
5.9	Handel.....	46
5.10	Währung.....	46
5.11	Geschäftszeiten.....	47
5.12	Mitarbeiterführung in Unternehmensorganisationen und Behörden	47

Polen: Unser unbekannter Nachbar

Wilhelm Schmeisser / Beata Natalia Wegrzyn

1	“Andere Länder andere Sitten”.....	49
2	Grundlegende Werte der polnischen Kultur.....	50
3	Sensibilität.....	51
3.1	Würdegefühl.....	51
3.2	Sittlichkeit, Religiosität.....	51
3.3	Stammes – und Symbolgemeinschaft	52
3.4	Eingeschränkte Weltoffenheit.....	52
4	Polnische Kulturstandards und ihre Auswirkungen für das Verhalten im Business und Management.....	52
4.1	Experimentieren, Provisorium, Behelfslösungen.....	53
4.2	Zum Zeitgefühl.....	53
4.3	Gestreute Aufmerksamkeiten.....	53
4.4	Vernetzung des Privaten mit dem Beruflichen	53
4.5	Personenbezug.....	54
4.6	Unterschiedliche Distanzdifferenzierungen.....	54
4.7	Kommunikation.....	54
4.8	Konfliktvermeidung	54
5	Polen als Geschäftsleute.....	55
5.1	Typische polnische Eigenschaften	55
5.1.1	Energie.....	55
5.1.2	Konzentrationsfähigkeit	56
5.1.3	Spielregelfähigkeit.....	56
5.1.4	Kreativität	56
5.2	Raum und Zeit.....	57
5.3	Unter welchen Bedingungen Polen Geschäfte machen	58

6 Der erste Kontakt	58
6.1 Namen und Anrede.....	58
6.2 Begrüßung und Handkuss	59
6.3 Grußformeln	60
6.4 Höflichkeiten	60
6.5 “Danke Schön!“	60
6.6 Umgangsformen	60
7 Kontakte	60
7.1 Zufällige Kontaktaufnahmen.....	61
7.2 Telefonate	61
7.3 Briefe	61
7.4 Besuche.....	61
7.5 Arbeitstreffen.....	61
7.6 Protokolle	62
7.7 Feierliche Vertragsunterzeichnungen.....	62
8 Verhandlungsführung/Willensbildung	62
8.1 Abschluss der Verhandlung, der Vertrag.....	64
8.2 Umsetzung der Kooperation.....	64
9 Soziales Umfeld und Freizeitgestaltung	65
9.1 Freizeit.....	65
9.1.1 Nach der Arbeit	66
9.1.2 Im Urlaub.....	66
9.1.3 Feste.....	66
9.2 Privatbereiche	67
9.3 Worauf man bei Einladungen achten sollte	67
9.4 Wie sollte man sich präsentieren.....	67
9.5 Blumen sind Kult.....	67
9.6 Kleiderordnungen.....	68
9.7 Pünktlichkeit.....	68
9.8 Essen und Trinken	68
9.9 Gastfreundschaft.....	69
10 Tabus und Fettnäpfchen	69

11 Schlusswort.....	70
Quellenverzeichnis.....	71

Kulturelle Besonderheiten im russischen Geschäftsleben

Gerfried Hannemann / Wilhelm Schmeisser

Kulturelle Besonderheiten im russischen Geschäftsleben.....	72
1 Russischer Volks- oder Nationalcharakter.....	72
2 Kollektiv vs. Individuum	73
3 Religiosität und russisch-orthodoxe Kirche	74
4 Beamtschaft und Korruption	75
5 Begrüßung/Anrede/Kommunikation.....	76
6 Verhandlungsablauf.....	77
7 Zeit und Pünktlichkeit	78
8 Essen/ Trinken/ Gastgeschenke	78
9 Übersicht: Ausgewählte Merkmale der Verhandlungsführung.....	79

Arbeitnehmer - und Arbeitgeberbeziehungen in Russland

Thomas R. Hummel / Ernst Zander

1 Vorbemerkung - Ein kleiner Rückblick.....	80
2 Allgemeines	81
2.1 Rechtliche Grundlagen.....	81
2.2 Individual- und Kollektivarbeitsrecht	82
2.3 Formen von Beschäftigungsverhältnissen.....	82
2.4 Der Arbeitsvertrag: Varianten und Gestaltung	82
2.5 Beendigung von Arbeitsverhältnissen und Kündigung	84
2.6 Arbeitnehmerrechte und Arbeitsschutz.....	85
2.7 Sozial- und Rentenversicherung in Russland.....	87
2.8 Lohnsteuer	88
2.9 Beschäftigung ausländischer Arbeitskräfte in Russland.....	88
2.10 Personalmanagement in Russland : Arbeitsmarkt und Personalsuche in Russland	88
2.11 Lohnentwicklung in Russland.....	89

2.12 Vergütungstrends.....	91
2.13 Zusatzleistungen.....	91
2.14 Vergütungsvergleich mit MOE –Ländern und mit Deutschland.....	91
2.15 Prognose.....	92
2.16 Mitarbeiterführung und Kommunikation im betrieblichen Alltag.....	92
2.17 Hierarchie – oder „Natchal’nik“ - Denken.....	93
2.18 Verhältnis zur Zeit.....	93
2.19 Bindung russischer Mitarbeiter an das Unternehmen.....	94
2.20 Aus- und Weiterbildung: Wo sehen ausländische Unternehmen Bedarf?.....	94
Literaturhinweise	95
Interkulturelles Management als Voraussetzung für globale Personal-	
führung in Russland: Die russische Seele - Mythos oder Wahrheit	
<i>Wilhelm Schmeisser / Ernst Zander / Thomas R. Hummel</i>	
1 Die russische Seele.....	97
2 Russland 2007: Ausgewählte wirtschaftliche und soziale Themen	98
2.1 Korruption.....	98
2.2 Armut.....	100
Literatur	103
Israel: Interkulturelles Management, Land und Kultur	
<i>Wilhelm Schmeisser / Larisa Yablukov / Marleen Wackwitz</i>	
1 Historischer Abriss Israels	104
2 Geografische Rahmenbedingungen Israels	106
3 Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen	108
3.1 Staatspräsident.....	108
3.2 Knesset.....	109
3.3 Regierung.....	109
3.4 Parteien.....	109
4 Gerichtsbarkeit.....	110
4.1 Staatskontrolleur.....	110
4.2 Einwanderungswellen und Bevölkerungsgruppen in Israel.....	110
5 Religion.....	112

5.1 Wer ist Jude?	113
5.2 Trennung zwischen Religion und Staat.....	113
6 Sprache	114
7 Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz.....	115
8 Verhandlungsablauf und – führung.....	118
Glossar	120
Literaturverzeichnis	120

Autorenverzeichnis

Burghardt, Susan, Dipl.-Kffr. (FH), ist freie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Kompetenzzentrum Internationale Innovations- und Mittelstandsforschung, Forschungsschwerpunkte: Internationales Management und Personalwirtschaft

Hannemann, Gerfried, Prof. Dr. sc., (em.), ist Lehrbeauftragter an der HTW-Berlin. Forschungsschwerpunkte: Internationales Finanzmanagement, Marketing und Handel. www.mittelstandsforschung-berlin.de

Hummel, Thomas R., Dr., ist Professor am Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Fulda mit den Schwerpunkten Allgemeine Betriebswirtschaft und Internationales Management

Schmeisser, Wilhelm, Dr. habil., ist Professor an der HTW-Berlin für Betriebswirtschaft und Direktor des Kompetenzzentrums Internationale Innovations- und Mittelstandsforschung, Berlin, Direktor der Forschungsstelle „Europäisches Personalmanagement und Arbeitsrecht (EPAR)“ an der Universität Paderborn. www.mittelstandsforschung-berlin.de

Wackwitz, Marleen, Dipl.-Kffr. (FH), ist freie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Kompetenzzentrum Internationale Innovations- und Mittelstandsforschung, Forschungsschwerpunkte: Internationales Management und Marketing

Wegrzyn, Beata Natalia, Dipl.-Kffr. (FH), ist freie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Kompetenzzentrum Internationale Innovations- und Mittelstandsforschung, Forschungsschwerpunkte: Internationales Management und Marketing

Yablukov, Larisa, Dipl.-Kffr. (FH), ist freie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Kompetenzzentrum Internationale Innovations- und Mittelstandsforschung, Forschungsschwerpunkte: Internationales Management und Marketing

Zander, Ernst, Prof. Dr., ist Ehrenherausgeber der Zeitschrift Personal

Zinedine, O., cand. rer. oec., HTW-Berlin, Kompetenzzentrum Internationale Innovations- und Mittelstandsforschung