

Simona Fabellini & Gary Thomas

Interkulturelle Dialoge

WAS EXPERTEN ZUR ENTWICKLUNG

INTERKULTURELLER HANDLUNGSKOMPETENZ SAGEN



assist publishing

Simona Fabellini & Gary Thomas

Interkulturelle Dialoge

WAS EXPERTEN ZUR ENTWICKLUNG
INTERKULTURELLER HANDLUNGSKOMPETENZ SAGEN

Impressum:

© assist Publishing 2019, Paderborn,
assist Publishing ist ein Unternehmensbereich der assist GmbH
1. Auflage 2019

Verlag: assist Publishing

Herausgeber: Simona Fabellini & Gary Thomas

Redaktion: Julie Cooper, Sina Oligmüller & Gabriele Greff

Coverdesign & Buchsatz: BookDesigns, www.bookdesigns.de

Titelgrafik: © Mustafa Aydogan – Shutterstock.com

Druck: Tredition GmbH, Hamburg

Es wird keine Garantie und Gewährleistung für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhaltes übernommen. Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und der Autoren unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

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 978-3-9816924-6-4 (Paperback)

ISBN 978-3-9816924-7-1 (Hardcover)

ISBN 978-3-9816924-8-8 (e-Book)



Korea: Erfolgsfaktoren für die Zusammenarbeit

Interview mit Dr. Nils Reschke

Dr. Nils Reschke ist promovierter Kulturwissenschaftler und *Intercultural Business-Trainer & Moderator (IBT/M)*®. Er trainiert und berät in- wie ausländische Nachwuchs- und Führungskräfte in Hochschulen, NGOs und Wirtschaftsunternehmen. Neben den Themen Management, Team und Führung hat er sich vor allem auf Internationalisierungsprozesse und auf die Chancen und Herausforderungen interkultureller Zusammenarbeit spezialisiert.



Simona Fabellini: Welche Beziehungen hast Du zu Korea?

Nils Reschke: Korea lässt mich nicht mehr los, seitdem ich 2009 eher zufällig an der Seoul National University unterrichtete. Später habe ich dann bewusst zwei Jahre vor Ort gelebt und gearbeitet. Das war für mich eine spannende interkulturelle Erfahrung, die sich in ihrer Intensität wie fünf Jahre in Deutschland anfühlte. Als Mitarbeiter des DAAD habe ich Cultural Studies und Deutsch unterrichtet, aber

auch binationale Netzwerke gepflegt und mit deutschen und koreanischen Firmen zusammengearbeitet.

Simona Fabellini: Worin genau liegt der besondere Reiz des Landes für Dich?

Nils Reschke: Das Land, das sein Image-Branding unter dem Motto „Dynamic Korea“ betreibt, hat tatsächlich eine fast körperlich spürbare Energie. Die Faszination glitzernder „Samsung-Welten“ ist aber nur die eine Seite der Medaille, denn gerade das Ringen moderner Einflüsse mit traditionellen Normen und Kulturstandards prägen das Land. Spiritualismus und Turbo-kapitalismus, Konfuzianismus und Konsumstreben, Ahnenkult und Hochtechnologie sind hierbei höchst kompliziert miteinander verschränkt und machen das heutige Korea zu einem Land extremer Gegensätze. Mit gängigen Dos and Don'ts-Ratgebern kommt man da nur bedingt weiter. Ja oftmals landet man sogar direkt im nächsten Fettnäpfchen, weil das Wissen mancher Etikette-Ratgeber schlicht veraltet ist.

Simona Fabellini: Könntest Du uns ein konkretes Beispiel Deiner Arbeit nennen, das auch Herausforderungen in der Zusammenarbeit mit Koreanern verdeutlicht?

Nils Reschke: Gerne, nehmen wir ein anschauliches Beispiel aus der Projektarbeit: In Busan wird seit vielen Jahren ein deutsches Maifest veranstaltet, die größte Veranstaltung dieser Art im Land. Dieses fungiert als Ort der Begegnung und fördert den deutsch-koreanischen Austausch. Es bietet zudem die Möglichkeit, mit Firmen in Kontakt zu kommen, z.B. mit Sponsoren wie BMW Korea, Korean Air oder Bosch-Rexroth.

Einige meiner Studierenden haben so Wege in diese Unternehmen gefunden und arbeiten jetzt von Frankfurt, Seoul oder Hamburg aus im koreanisch-deutschen Handel.

So erfreulich dies ist, so fordernd war doch auch meine Rolle als Projektleiter. Es galt nämlich, Institutionen zu koordinieren, die sonst im Wettbewerb miteinander standen. Die verklau-sulierte Kommunikation, manch verstecktes Eigeninteresse der Projektbeteiligten und auch ein ausgeprägtes Hierarchie- und Konkurrenzdenken waren für mich als Korea-Neuling kaum durchschaubar. Meine westlichen Klischeevorstellungen von zurückhaltenden und sanftmütigen Asiaten wichen denn auch bald einer realistischeren Sicht der Dinge. Glücklicherweise half mir ein väterlicher koreanischer Freund, die Zusammenhänge besser zu begreifen – und ich kann nur dazu raten, bei der beruflichen Zusammenarbeit mit Koreanern auch auf „Kulturdolmetscher“ zu setzen.

Simona Fabellini: Was sollte man in der beruflichen Zusammenarbeit mit Koreaner/innen beachten?

Nils Reschke: Das erwähnte Projekt hat mir geholfen, den asiatischen Kollektivismus besser zu verstehen. Das ausgeprägte Zugehörigkeitsgefühl zu Gruppen unterscheidet sich ja bekanntermaßen vom westlichen Individualismus. Bei der Zugehörigkeit zu Gruppen in Korea wird aber vor allem zwischen *meiner* In-Group (meiner Schule, meiner Universität, meinem Unternehmen) und *fremden* Out-Groups unterschieden. Mit ausgeprägtem Wettbewerbsdenken und Konkurrenzdruck wird man daher in Korea immer zu rechnen haben. Dem fügt sich, dass Alter, Status und (männlich ge-

prägte) Autorität im Geschäftsleben eine viel größere Rolle als in Deutschland spielen – eine Tatsache, die gerade für westliche Geschäftsfrauen besonders herausfordernd sein kann. Vielleicht das größte Konfliktpotential birgt jedoch das unterschiedliche Kommunikationsverhalten von Koreanern und Deutschen. Die Kommunikation von Deutschen gilt im Allgemeinen ja als eher direkt und sachorientiert, während viele Koreaner eher indirekt kommunizieren. Verallgemeinernd gesprochen finden Deutsche diesen Kommunikationsstil vage und ausweichend, während Koreaner von klaren Ansagen und offener Kritik irritiert sein können. Zu Beginn einer geschäftlichen Zusammenarbeit empfiehlt es sich daher, etwas zurückhaltender als in Deutschland zu agieren, denn es ist besonders wichtig, einen Gesichtsverlust zu vermeiden. Schließlich sollte man sich auf die größere Beziehungsorientierung der Koreaner einstellen. So wird man trotz Globalisierung von Verhandlungsgepflogenheiten mit Koreanern letztlich nur dann erfolgreich kooperieren, wenn die Chemie zwischen den Beteiligten stimmt. Erste Treffen etwa dienen dem Kennenlernen – und man sollte hier nicht auf schnelle geschäftliche Entscheidungen beharren. Auch das gemeinsame Essen (und Trinken!) spielt bei der Anbahnung von Geschäften eine wichtige Rolle.

Simona Fabellini: Wie bereitest Du Deutsche in Deinen Trainings auf die Zusammenarbeit mit Koreanern vor?

Nils Reschke: Das hängt ganz von den Wünschen und Zielen der Kunden ab. Manche benötigen eine Einführung in die Regeln der Business-Etikette. Das ist vor dem ersten Geschäftskontakt auch durchaus sinnvoll, um Handlungs-

sicherheit zu gewinnen. Wichtiger noch als die Vermittlung von Benimmregeln erscheint mir in der Regel jedoch eine Sensibilisierung dafür zu sein, welche Kultureinflüsse das Verhalten in Geschäftskontakten prägen können. In maßgeschneiderten Workshops mit Verhandlungssimulationen etwa geht es neben der kompakten Vermittlung von Fakten auch um das *Erleben* dieser Kultureinflüsse. Die Fähigkeit, sich in den Geschäftspartner einzudenken und einzufühlen, ist wesentlich für einen langfristigen Geschäftserfolg. Besonders gute Erfahrungen habe ich dabei mit gemischten Gruppen gemacht, bei denen Koreaner und Deutsche *hands on* im Unternehmen trainiert werden. In diesem Falle lohnt es sich sehr, mit koreanischen Co-Trainern zu arbeiten, denn so lassen sich Fremdheitsgefühle unmittelbar thematisieren und überwinden. Wer sich darauf einlassen kann, wird sich zielstrebig und handlungssicher auf dem ostasiatischen Parkett bewegen. Koreaner werden Ihnen übrigens fast jeden *faux pas* verzeihen, wenn sie spüren, dass Sie auf Augenhöhe verhandeln und mit Land und Leuten wertschätzend umgehen.