Wo ist das Lammfleisch?

Arabische Geschäftsleute im Westen

von Tharwat Abouraya, CTIE

Ramadan in Marriot hotel رمضان في فندق الماريوت

Ein traditionelles arabisches Gewand weht im Wind, während sein Träger den wartenden Jet erklimmt, ein Vertrag wird erst nach vielen Runden starken arabischen Kaffees unterzeichnet, statt nach einem Mittagessen mit drei Martinis. Geschäftserfolge im Nahen Osten folgen anderen Eigenarten, besonders im Hotel- und Tourismusbereich.

Die traditionelle Bekleidung täuscht. Die neue Generation der Araber wurde nicht im Zelt geboren und ist nicht auf dem Rücken von Kamelen aufgewachsen. Die lange Tradition raffinierten Feilschens geht häufig mit einer entsprechenden Ausbildung an elitären westlichen Wirtschaftsinstituten Hand in Hand. Gesammelte schlechte Erfahrungen durch bevormundend oder herablassend agierende westliche Geschäftspartner, machen ein gesundes Maß an Misstrauen im Geschäftsgebaren notwendig.

Seit der Publikation der berüchtigten dänischen Karikaturen, sollten kulturelle Empfindsamkeiten besonders berücksichtigt werden. Entweder man geht davon aus, dass die Meinungsfreiheit dazu berechtigt alles auch noch so anstößige zu sagen oder zu drucken oder man glaubt an eine Grenze des Anstands, die man nicht überschreiten sollte, auch wenn man es dürfte. Im Tourismus ist Gastfreundschaft besonders wichtig. Der aufrichtige Respekt gegenüber anderen Glaubensrichtungen und Gewohnheiten trägt dazu bei.

Auch erfolgreiche arabische Manager bewahren ihre religiöse und kulturelle Tradition. Für Nicht-Muslime aus dem Westen ist es sehr schwierig und manchmal sogar unmöglich, hier "das Eis" zu brechen. Die Art und Weise, wie man Höflichkeiten (und Beleidigungen) austauscht, wird vom Islam bestimmt. Geduld ist der Schlüssel, sagt ein arabisches Sprichwort. Es kann viele Kaffeerunden dauern, ehe ein Vertrag überhaupt angesprochen wird. Ist er jedoch unterzeichnet, bleibt die Geschäftsbeziehung dauerhaft.

Um den richtigen Ton in den Hotels im Nahen Osten oder in den Hotels mit vielen arabischen Gästen in anderen Teilen der Welt zu treffen zu treffen, bedarf es viel Feingefühl. Westliche Arbeitgeber tun gut daran, sorgfältig ausgesuchte Angestellte in leitenden Marketing und Vertriebspositionen aus dem Nahen Osten zu beschäftigen, um den Prozess häufig zu beschleunigen. Denn Geschäfte nicht nur im, sondern mit dem Land betreiben zu wollen, hilft ungemein zu überzeugen.

Die Nationalität der Angestellten am anderen Ende der Hierarchieleiter ist ebenso wichtig. Ein saudiarabischer Geschäftsführer aus dem Baugewerbe fragte mich, aus welchem Grund er in Riad ein westliches Hotel aufsuchen sollte, in dem er noch nicht einmal in der eigenen Sprache bestellen könnte, weil der Kellner nicht arabisch, sondern nur englisch und pakistanisch spricht. Länder wie Ägypten, Nordjemen und der Sudan verfügen über ein großes Potenzial an Arbeitskräften, die für Saudi Arabien oder die VAE angeworben werden können. Ihre Ausbildung und Förderungen können die Firmenloyalität unterstützen und einen qualifizierten Mitarbeiterpool schaffen.

Innerhalb eines Hotels können individuell zugeschnittene Dienstleistungen angeboten werden, um arabische Geschäftsleute anzulocken und dem Hotel ein Renommee für die traditionellen Gepflogenheiten zu verleihen. In den USA ist eine Bibel fester Bestandteil einer Hotelzimmerausstattung, warum nicht auch der Koran in den Hotels muslimischer Länder? Ein kleines Symbol im Raum könnte in Richtung Mekka weisen. Es wäre ein Leichtes, Hinweise auf die täglichen Gebetzeiten und die nächste Moschee auszuhängen und die Zimmer möglicherweise mit einen Gebetsteppich auszustatten.

Hotelrestaurants gehen häufig auf den Ramadan ein, aber es gibt auch andere islamische Feste, denen die gleiche Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte. Amerikanische Geschäftsleute können spezielle Menüs an Weihnachten und den

Special menu for Ramadan in Marriott قائمة طعام خاصة بشهر رمضان في الماريوت

obligatorischen Truthahn an Thanksgiving in der Speisekarte erwarten. Ihre arabischen Pendants sollten in der Lage sein, Lamm an Eid Al-Adha oder spezielle Gerichte am Geburtstag des Propheten Mohammed bestellen zu können.

Auf dem Islam und der alten Kultur beruhende Traditionen regeln das Geschäftsleben und die Gesellschaft im ganzen Nahen Osten. Die ernsthafte Beschäftigung mit diesen Gegebenheiten kann sich für westliche Geschäftsleute im Nahen Osten wie ein "Sesam öffne Dich" auszahlen.

Tharwat Abouraya, CTIE, ist Gründer und Präsident des Reise- und Tourismusunternehmens CPR und berät die Reise- und Tourismusindustrie: http://www.travelbusinesscpr.com ▪