

Einzigartigkeit als Wettbewerbsvorteil im interkulturellen Umfeld



Center of Intercultural Competence

perSens

Der Weg zu Einzigartigkeit.

Einzigartigkeit als Wettbewerbsvorteil im interkulturellen Umfeld

Ein Intensiv-Seminar in 3 Modulen

Termine:	1. Seminar	2. Seminar
Vorbereitungstag:	1 Tag (Februar)	1 Tag (August)
Modul 1:	5 Tage (März)	5 Tage (September)
Modul 2:	3 Tage (Mai)	3 Tage (November)
Modul 3 (in Singapur):	8 Tage (August)	8 Tage (Februar)

(genaue Daten nach Absprache)

- **Lernen Sie** in der Zusammenarbeit und im Umgang mit Menschen aus anderen Kulturen erfolgreich zu kommunizieren.
- **Steigern Sie** ihre Fähigkeit, nicht nur mit sich selbst, sondern auch mit Menschen aus unterschiedlichsten Kulturen positiv umgehen zu können.
- **Verhindern Sie** Fehlentscheide und Misserfolge, indem Sie Ihr Einfühlungsvermögen und Ihre Menschenkenntnis über kulturelle Schranken hinweg erhöhen, um Absatzpotential in anderen Ländern besser auszuschöpfen.
- **Prüfen Sie**, ob Ihre eigenen Vorstellungen und Möglichkeiten, Ihr Geschäft in andere Länder zu übertragen, realistisch sind.
- **Erkennen Sie** Möglichkeiten zum Aufbau von unternehmerischen Alleinstellungsmerkmalen in anderen Kulturen.

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage: Sich von der globalen Konkurrenz abheben
2. Teilnehmerkreis: Profis im globalen Wettbewerb
3. Zielsetzungen
4. Stichworte zum Inhalt der Module
5. Methodische Überlegungen
6. Referenten
7. Dauer, Kursorte, Kosten und Anmeldung
8. Anmeldeformular

1. Ausgangslage: Sich von der globalen Konkurrenz abheben

Wenn es Ihnen gelingt, die eigenen Vorstellungen und Möglichkeiten Ihres Geschäftes erfolgreich in andere Länder zu übersetzen, haben Sie die Chance, sich von der globalen Konkurrenz abzuheben.

Dazu braucht es in der Zusammenarbeit und im Umgang mit Menschen aus anderen Ländern und Kulturen die Fähigkeit, richtig zu kommunizieren. Nicht nur der positive Umgang mit sich selbst, sondern auch mit Menschen, die durch unterschiedliche Werte und Vorstellungen geprägt sind, entscheidet über Erfolg oder Misserfolg. Unterschiedliche Denk- und Verhaltensweisen, verschiedene Kulturen prallen oft auch im engen Umfeld, im eigenen Unternehmen, aufeinander.

Wenn es darum geht, Absatzpotentiale anderer Länder besser auszuschöpfen und Alleinstellungsmerkmale sowie die Einzigartigkeit des eigenen Unternehmens in anderen Kulturen aufzubauen, spielen Ihr Einfühlungsvermögen und Ihre Menschenkenntnis über kulturelle Schranken hinweg eine entscheidende Rolle.

2. Teilnehmerkreis: Profis im globalen Wettbewerb

Dieses Seminar richtet sich an Unternehmer, Geschäftsführer, Projekt- und Marketingleiter sowie an Personen, die

- sich in ihrer beruflichen Tätigkeit immer wieder intensiv mit Fragen des globalen, interkulturellen Wettbewerbs auseinandersetzen,
- die Profilierungsmöglichkeiten ihres Unternehmens in entscheidenden Ansatzpunkten mitprägen und die
- gewillt sind, alte und eingefahrene Vorgehensweisen in ihrem Aufgabenbereich in Frage zu stellen und im Lichte neuer Entwicklungen und Erkenntnisse zu überprüfen.

Dieses Seminar wurde bewusst für Teilnehmende aus verschiedensten Branchen und Firmen konzipiert. Wir sind überzeugt davon, dass sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gegenseitig anregen und inspirieren, um wesentliche Lernerfolge zu erzielen.

3. Zielsetzungen

Dieser ausführliche Kurs führt umfassend in den Themenbereich *Interkulturalität* ein und vermittelt sowohl alle wichtigen theoretischen Grundlagen als auch praktische Erfahrungen, um die *Erfolgspotentiale unternehmerischer und persönlicher Einzigartigkeit im globalen Umfeld* optimal zu nutzen. Die praktische Umsetzung erfolgt u. a. während einem mehrtägigen Aufenthalt in Singapur.

Jede Teilnehmerin / jeder Teilnehmer

- Versteht es, die eigenen Möglichkeiten und Vorstellungen zum Aufbau von unternehmerischen Unterscheidungsmerkmalen in anderen Kulturen gezielt zu nutzen.
- nutzt die Möglichkeiten der eigenen Person und Persönlichkeit gezielter, indem persönliche Stärken und Fähigkeiten in die Beziehungsgestaltung mit unterschiedlichsten Partnern eingebracht werden.
- verbindet die Möglichkeiten des eigenen Unternehmens mit den Stärken der eigenen Person, wenn es darum geht, in unterschiedlichen Kulturen Wünsche und Motive der Partner zu verstehen, zu akzeptieren und mit den eigenen in Einklang zu bringen.

Es ist nicht das Ziel dieses Seminars, nur eine abgerundete Theorie zu vermitteln. Vielmehr soll ausgehend vom Wissen und den Erfahrungen der Teilnehmenden auf diejenigen Fähigkeiten und Einsichten aufmerksam gemacht werden, mit denen die Effektivität und Wirksamkeit des Einzelnen in seinem Arbeitsbereich gesteigert werden können. Dabei spielen die persönliche Lernvergangenheit und die Situation des einzelnen Teilnehmers eine entscheidende Rolle.

Gleichzeitig sei hier unsere Auffassung betont, dass jedes Lernen in der Kommunikation, im Marketing und im interkulturellen Umfeld immer auch ein Lernen über die eigene Person und Persönlichkeit beinhaltet.

4. Stichworte zum Inhalt der Module

Im Detail werden die Inhalte der jeweiligen Module an die spezifischen Fragestellungen und Vorstellungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer angepasst. Es gilt folgende Themenbereiche zu bearbeiten:

Vorbereitungstag

- Kennenlernen der Referenten, Teilnehmerinnen und Teilnehmer.
- Erwartungen und Fragestellungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.
- Teambildung und Projekte.
- Informationen zum Ablauf und Inhalt des Gesamtseminars.

Modul 1

- Möglichkeiten und Chancen des persönlichen Kontaktes im interkulturellen Umfeld.
- Bedürfnisse, Wertvorstellungen, Gedanken, Gefühle und Kulturelemente als Grundlage menschlichen Verhaltens.
- Eigene Stärken und Schwächen als Grundlage zum Aufbau interkultureller Kompetenz.
- Erarbeitung von Kenntnissen über kulturelle Grundlagen sowie über Denk- und Verhaltensweisen von Menschen anderer Nationalitäten und Kulturen.
- Die Verhaltensmatrix als Methode zur Erlangung von Menschenkenntnis; Grundstilrichtungen und ihre Eigenarten, die mit verschiedenen Stärken und Schwächen verbunden sind.
- Zielgerechte und interkulturell abgestimmte Kommunikation.
- Persönlichkeitserfassung:
 - Um schon während dem ersten Modul mit konkreten Anhaltspunkten über die Wirkung der eigenen Person arbeiten zu können, erhalten die Teilnehmenden zwei verschiedene Persönlichkeits-Auswertungen. Sie geben dem Einzelnen Aufschluss über seine Grundeigenschaften, die mit den individuellen Stärken und Schwächen verbunden sind.

- Diese Auswertungen stellen ein wichtiges Hilfsmittel auf dem Weg zur besseren Kenntnis der eigenen Person und Persönlichkeit dar.
- Über die Vorgehensweise zur Erfassung der Persönlichkeitsmerkmale werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Seminars noch eingehend informiert.
- Erfassung der interkulturellen Kompetenz: die Teilnehmenden erhalten konkrete Anhaltspunkte und Aussagen über ihre persönliche interkulturelle Kompetenz sowie Wege und Möglichkeiten, diese weiter zu optimieren.

Modul 2

- Marktumfeld und Rahmenbedingungen heutiger interkultureller Marketing-Arbeit.
 - Eigenheiten gesättigter und internationaler, inkultureller Märkte.
 - Rahmenbedingungen, Chancen und Grenzen des Marketing im interkulturellen Umfeld.
- Strukturwandel, Ethik, Moral und die Sinnfrage in ihrer interkulturellen Bedeutung.
- Überlegungen zur Positionierung und Anbieterautorität.
- Konsequenz für die Umsetzung im interkulturellen Umfeld.
- Ansätze für die Weiterentwicklung der eigenen Kommunikations- und Marketing-Fähigkeiten.

Modul 3

- Um gewonnene Erkenntnisse, erworbene Fähigkeiten und entwickelte Vorstellungen praxisorientiert und direkt im interkulturellen Umfeld anzuwenden, findet dieses Modul in Singapur statt.
- Vortrag und Diskussion mit dem Gastreferenten zum Thema «Best practices in intercultural management in selected areas of the world».
- Projektpräsentation vor einem ausgewählten Gremium von Managern und Spezialisten aus Singapur (in englischer Sprache).
- Firmenbesuche und Diskussion mit Führungskräften.
- Kulturprogramm.

5. Methodische Überlegungen

Dieses Programm ist ein halbjähriger Entwicklungsprozess (aufgeteilt in einen Vorbereitungstag und 3 Module). Die Teilnehmenden sollen sich intensiv mit der eigenen Person, unterschiedlichen Kulturen und der eigenen Arbeitssituation auseinandersetzen. Verschiedene Massnahmen unterstützen die Teilnehmenden, gewonnene Erkenntnisse in die Praxis umzusetzen:

1. **Persönliche Stärken- und Schwächen-Analyse** (siehe Modul 1 in der Inhaltsbeschreibung) als Ausgangslage zum Aufbau der interkulturellen Kompetenz.
2. **Teamprojekt:** Sie werden in Teams (die während des Vorbereitungstages gebildet wird) an einem Praxisprojekt arbeiten und ein Konzept entwickeln. Diese Projekte werden von den Teams erarbeitet. Die Projektteams werden in Singapur (Modul 3) den Auftraggebern (project owners) ihr Projekt und ihre Vorstellungen (in englischer Sprache) präsentieren und diskutieren können.
3. **Coaching und Begleitung:** Auf Wunsch stehen die Referenten den einzelnen Teams nach Absprache auch ausserhalb der Module zur Verfügung.
4. **Theorie und Praxis:** Kurz- und Gastreferate, Gruppenarbeiten, die Teamarbeit für die Präsentation in Singapur sowie intensive Diskussionen zur Vermittlung und Verarbeitung der Inhalte.
5. **Seminardokumentation:** Sie erhalten eine ausführliche und umfassende Seminardokumentation.
6. **Die praxisorientierte Konzeptumsetzung und das interkulturelle Erlebnis:** Sie werden in Singapur hautnah erleben was es heisst, eigene Vorstellungen und interkulturelle Kompetenz zu verbinden.

6. Referenten

- Thomas Baumer
CICB Center of Intercultural Competence, Kloten

Betriebsökonom HWV, Gründer und Leiter des «CICB Center of Intercultural Competence». Referent an der ETH Zürich sowie weiteren Hochschulen und Fachhochschulen. Geschäftsleitungsmitglied der «A+O Career Group» (Assessment, Outplacement, Coaching, International Assignment). Zuvor Geschäftsleitungsmitglied Swissair Training Center. Autor des «Handbuch Interkulturelle Kompetenz» (Orell Füssli Verlag, Zürich). Besuchte auf geschäftlichen und privaten Reisen bisher über 65 Länder.

- Dr. Jörg T. Sorg
perSens AG, St. Gallen

Studien an der ETH Zürich; langjähriger Coach und Trainer im Bereich Marketing und Verkauf bei der perSens AG St. Gallen. Fundierte Erfahrungen, wenn es darum geht, sich in gesättigten Märkten zu profilieren. Projektleiter des Bodenseestandort-Marketings (EUREGIO Bodensee). Zuvor Partner einer venture-capital-finanzierten Unternehmung in den USA; erster CEO des WWF Schweiz.

- Prof. Dr. Gerald Delilkhan (Gastreferent)
CEO Swiss Management Forum, St. Gallen

Ein ausgewiesener Experte in interkultureller Kompetenz, Geschichte, Kultur, Betriebswirtschaft und Marketing. Er lebte und arbeitete in verschiedenen Ländern, v. a. in Asien und Europa, leitete MBA-Programme u. a. an der Strathclyde University und erarbeitete Marketing-Programme für Europa und den asiatisch-pazifischen Raum. Deutschsprachige Publikation: «Interkulturelles Management – sich sicher in fremden Kulturen bewegen» (Spektra Verlag, Zürich).

7. Dauer, Kursorte, Kosten und Anmeldung

Dauer

Das Seminar ist aufgeteilt in einen Vorbereitungstag und 3 Module, verteilt auf ca. ein halbes Jahr.

Vorbereitungstag (in der Schweiz)

Modul 1: 5 Tage (in der Schweiz)

Modul 2: 3 Tage (in der Schweiz)

Modul 3: 5 Tage (in Singapur)

Kursorte

Die Seminare werden in sehr guten, ruhig gelegenen Hotels mit entsprechender Infrastruktur durchgeführt. Genaue Ortsangaben sowie Informationen zum Hotel usw. erhalten Sie zusammen mit der definitiven Seminareinladung.

Der Aufenthalt und die Reise nach Singapur (Tickets usw.) werden durch die Kursleitung organisiert.

Kosten

Die Teilnahmegebühr für das Seminar beträgt 16'500 CHF.

Im Preis inbegriffen sind sämtliche Dokumentationen sowie die Persönlichkeitsauswertungen für Modul 1 sowie alle im Kursbescrieb erwähnten Aktivitäten.

Nicht im Preis inbegriffen sind die Reise- und Aufenthaltskosten (Übernachtung, Verpflegung, Reisetickets usw.) der Teilnehmenden.

Anmeldung und weitere Auskunft

Das Seminar wird mit einer Höchstzahl von 15 Teilnehmenden durchgeführt. Ein Anmeldeformular ist dieser Unterlage angeheftet. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. Für weitere Auskünfte stehen wir gerne zur Verfügung.

perSens AG

Felsenstrasse 88
9001 St. Gallen
Tel. 071 / 228 45 45
Fax 071 / 228 45 40
joerg.sorg@persens.ch
www.persens.ch

CICB Center of Intercultural Competence

Flurstrasse 13
8302 Kloten
Tel. 01 / 813 89 90
Fax 01 / 813 89 91
baumer@cicb.net
www.cicb.net

Anmeldeformular Seminar:

Einzigartigkeit als Wettbewerbsvorteil im interkulturellen Umfeld

Name / Vorname:

Geschäft:

Adresse:

Email:

Telefon:

Fax:

Datum:

Unterschrift:

Ich möchte weitere Informationen. Bitte nehmen Sie Kontakt mit mir auf.

Ich melde mich definitiv an.

Anmeldungschluss:

1. Seminar: 31. Januar

2. Seminar: 15. Juli