

Business Traveller



Mobil Fliegen

Die neuen Business-Sitze



Hotel

Altstadt Vienna



Ziele

Riga, Bengaluru



Technik

Cooler Kopfhörer

#LassFeiern

Der BUSINESS TRAVELLER wird 25!





BUSINESS TRAVELLER-Serie

Verhandeln unterwegs

Folge 85

Indien – Business in einem Land voller Herausforderungen (Teil I)

Während der letzten Jahre hat der indische Subkontinent, mit rund 1,3 Milliarden Einwohnern eines der bevölkerungsreichsten Länder der Welt, einen enormen wirtschaftlichen Aufschwung erlebt. Daher wird Indien nicht ohne Grund im gleichen Atemzug mit anderen Auslandsmärkten wie zum Beispiel Brasilien, Russland oder der Volksrepublik China genannt. Doch längst nicht alle profitieren vom Wirtschaftswachstum: In Indien herrscht nach wie vor große Armut. Auf der anderen Seite gibt es eine stetig wachsende Mittelklasse, die ein vielversprechendes Konsumverhalten zeigt.

Deshalb werden wir uns in der aktuellen und in der nächsten Ausgabe des BUSINESS TRAVELLER mit diesem attraktiven Markt auseinandersetzen.

Die indische Gesellschaftsordnung

Zuallererst fällt das Kastensystem auf – auch heute noch hat es erheblichen Einfluss auf die indische Gesellschaft. Darüber hinaus spielen Familienstrukturen, wie auch in anderen asiatischen Ländern, wirtschaftlich eine große Rolle. Viele namhafte Unternehmen sind in Familienbesitz, und nicht selten trifft man auf riesige Familienkonglomerate. Die dortige hierarchische Struktur bedingt in der Regel ein Management, welches als Autorität an sich innerhalb des Unternehmens wahrgenommen wird. Der Chef allein fällt die Entscheidungen und übernimmt daher auch die volle Verantwortung.

Geschäftsanhahnung – keine „Cold Calls“

Wer glaubt, im Zeitalter des Smartphones Kontakte sachorientiert und nüchtern aufbauen zu können, wird häufig scheitern: Die Mehrheit der indischen Geschäftsleute agiert eher beziehungs- als sachorientiert. Daher empfiehlt es sich, genügend Zeit in den persönlichen Beziehungsaufbau zu investieren. Kaltakquise verbietet sich generell.

Wie sollte man am besten vorgehen?

Zunächst bietet es sich an, ein unverbindliches Vorgespräch zu suchen. Dieses dient dazu, sich gegenseitig besser kennenzulernen und eine vertrauensvolle Basis aufzubauen – ein offenes, freundschaftliches Gespräch, gemischt mit einer guten, aber angemessenen Portion Humor, ist der erste Schritt zum Erfolg.

Dieses Gespräch ist mit einigem Vorlauf zu planen. Dies gibt beiden Seiten genügend Zeit, sich darauf vorzubereiten. Eine Vorstellung per E-Mail, Telefon oder auch Skype ist nicht ausreichend – substantiiertes

Vertrauen wird nach wie vor durch das persönliche Kennenlernen vor Ort aufgebaut. Erst dann sollte man realistisch beginnen, über das eigentliche Geschäft zu reden.

Und wen spricht man dafür an?

Um in Indien valide Geschäftskontakte zu knüpfen, sollten Sie immer versuchen, die höchste Hierarchieebene anzusprechen. Doch dies ist nicht die einzige Möglichkeit – auch der Kontakt zur mittleren Ebene kann sich als lohnenswert erweisen: Obwohl sie über wenig Entscheidungsgewalt verfügen, besitzen manche Manager in mittleren Positionen einen gewissen Einfluss im Unternehmen. Beispielsweise können diese Ihnen helfen, Ihr Anliegen an höchster Stelle vorzutragen, und den Kontakt herstellen. Sie sind quasi Ihr „Mann beim Verhandlungspartner“ – ein möglicher Türöffner zur obersten Etage. Hinzu kommt, dass diese Manager oft besser zu erreichen sind als die auf Topebene.

Ihr Mann vor Ort – „The Local Hero“

Für das Geschäftemachen in Indien empfiehlt es sich, einen Ihnen bekannten bzw. empfohlenen Verbindungsmann hinzuzuziehen, der sich mit den kulturellen, politischen und behördlichen Gepflogenheiten auskennt und Sie bei Ihren Geschäftsaktivitäten, speziell auch bei Verhandlungen, unterstützt. Er kann Ihnen auch helfen, viele lokale Gegebenheiten zu verstehen, die für Sie auf den ersten Blick schlecht nachvollziehbar erscheinen.



Sergey Frank ist Personalberater und begleitet seit mehr als 20 Jahren Unternehmen auf ihrem Weg in die Internationalisierung.

In unserer Serie zeigt er Strategien auf für das Business auf internationalem Terrain – ebenso wie Fettnäpfchen, die drohen, wenn unterschiedliche Kulturen aufeinanderprallen.
Kontakt: sergey.frank@sergey-frank.com