

# Vermarktung auf dem arabischen Markt durch einen praxisbezogenen Workshop für Geschäftsleute

## Allgemeiner Teil

Das Geschäft mit den arabischen Ländern zeigt seit einigen Jahren zweistellige Wachstumsraten. Der Markt umfasst ca. 300 Mio Menschen. Davon profitieren schon heute einige Unternehmen.

Die Geschäftsbeziehungen mit den arabischen Ländern haben eine lange Geschichte, die mit Erfolgen aber auch Misserfolgen verbunden ist. Entscheidend dabei ist die Mentalität der arabischen Geschäftspartner. Die Mentalität wird von der Erziehung, dem Land, der Kultur bzw. Tradition und insbesondere der Religion beeinflusst. Deshalb ist sie bei Gesprächen mit Geschäftspartnern von hoher Bedeutung. Sie beeinflusst indirekt jede Entscheidung im Geschäftsleben.

Einige Vorurteile und die politische Situation erschweren unnötigerweise die Geschäftsbeziehungen. Durch Kenntnisse der Situation und dem Abbau von gegenseitigen Vorurteilen können gute Geschäftsbeziehungen aufgebaut werden.

## Nutzen und Ziele

- Kenntnisse über den arabischen Markt
- Marketing bzw. Vermarktung, anhand eines Praxisbeispiels (siehe Methoden)
- Sicheres Auftreten gegenüber Ihren Geschäftspartnern
- Adäquater Empfang und Betreuung bei einem Gegenbesuch eines arabischen Geschäftspartners in Deutschland
- Aufklärung und Sensibilisierung für die arabische Kultur und Religion
- Darstellung und Übermittlung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen der arabischen und deutschen Kultur

## Der Teilnehmerkreis

- Manager, Mitarbeiter und alle, die sich auf die arabischen Länder vorbereiten wollen, oder sowohl telefonisch, als auch persönlich in Kontakt mit arabischen Geschäftspartnern stehen.
- Fach- und Führungskräfte oder Privatpersonen, die arabische Länder bereits bereisen oder dort hin reisen wollen.
- Personen, die an der arabischen Kultur interessiert sind.
- Vorzugsweise Teilnehmer aus dem ersten Seminar „Erfolgreich mit arabischen Geschäftspartnern“

## Der Referent

Dr. Khalil Hourani

Hourani Consulting, VS-Villingen

Studium der Wirtschafts-Informatik an der TU Darmstadt, Promotion (PhD).

20 Jahre Berufserfahrung bei 2 Konzernen und mittelständischen Unternehmen, davon 9 Jahre in leitender Position. Davon seit 13 Jahren selbständig.

18 Jahre Erfahrung in der Erwachsenenbildung.

Ein echter Kenner sowohl der arabischen als auch der deutschen Mentalität und in beiden Kulturen zuhause.

## Methoden

Der Workshop bereitet Sie gut und authentisch auf die Mentalität der Menschen Ihres Reise- bzw. Ziellandes vor, mit Hilfe von praxisorientierten Vorträgen, Fallbeispielen, Workshops, Rollenspiele (mit Einsatz der Videokamera).

Anhand eines exemplarischen Produkts wird eine Marketingstrategie definiert, die Umsetzung dargestellt und der Aufbau des Marktes für ein bestimmtes Produkt besprochen.

**Alternativ** kann ein eigenes Produkt bzw. Dienstleistung von den Teilnehmern als Beispiel eingebaut werden. Dies muss allerdings vorher mit dem Referenten abgestimmt werden.

## Programm

1. Einleitung
2. Zusammenfassung der Themen Religion und Sprache  
Einfluss auf Denkweisen und Verhaltensformen
3. Kommunikation mit arabischen Gesprächspartnern  
Vertrauensaufbau
4. Business und Unternehmen  
Struktur, Abläufe, Entscheidungsprozesse
5. Einflussfaktoren auf den arabischen Markt  
Marketingmix
6. Produktspezifisches Marketing auf dem arabischen Markt  
Beschaffung von Informationen
7. Abschluss