

## FAGA's Eksportdag d. 7. april 2010

Ikke mindre end fire stærke profiler var mødt op for at rådgive, inspirere og vise den rette vej frem på et krævende, og til tider indviklet, eksportmarked. En af dagens talere var, Marianne Danling, der fortalte om Interkulturel kompetence.

### **Interkulturel kompetence**

"Det handler i bund og grund om at kunne kommunikere på de rigtige grundlag". Sådan sagde Marianne Danling fra people+people, og hun pointerede, at det – når man driver virksomhed og skal forhandle - ikke kun gælder om at have øje for de store kulturforskelle mellem f.eks. Danmark og Østen, men også de små men ofte meget betydningsfulde forskelle, der måtte være på f.eks. Danmark og Tyskland eller Danmark og England.

### **Læg fordommene på hylden**

"Ind imellem handler det om at lægge fordommene og de mange forudindtagede holdninger til, hvordan mennesker fra et bestemt land agerer, på hylden, og i stedet gå i dialog med et åbent sind", mener hun.

Hun mener, danske virksomhedsledere ofte undervurderer betydningen af kulturen på nye markeder, og mange går i krig med eksport og markedsføring i udlandet uden at sætte sig ind i de værdier, holdninger og regelsæt, som kendetegner en given kultur. Og så går det ofte galt.

Og selv om et åbent sind er den bedste indgangsvinkel, der er dog lavet undersøgelser af de forskellige kulturer.

"Men de skal kun bruges som retningslinjer", understreger Marianne Danling.

F.eks. er det rart at vide, at tyskerne er meget private mennesker. Så man skal altså ikke insistere på, at de sover på en madras i kælderens, men i stedet booke et hotel, og herefter kan man sige "Du er også velkommen til at bo hos os". Det giver dem begge muligheder.

### **Brug stereotyperne med omtanke**

Stereotyper kan med andre ord afgrænse os fra andre, men de kan også være med til at forklare en opførsel og gøre en forhandling nemmere.

"F.eks. er det også godt at vide, at tyskerne arbejder mere hierarkisk end vi gør i Danmark. F.eks. betyder frihed under ansvar ikke det samme. I Danmark ved vi, det betyder at vi tager ejerskab over et projekt. I Tyskland ved de ganske enkelt ikke, hvordan de skal gribe en sådan frihed an".

Så brug stereotyperne med omtanke er Marianne Danlings råd. Og vær frem for alt opmærksom. Kig på hvad der sker, og lyt til hvad der sker, og ager derefter! Og således er **Think global, act local** er en meget passende betegnelse for interkulturel kommunikation.