

Kulturel ballast kan spare tid og penge

Den første gang Annette Dahl var i Kina, syntes hun, det var et frygteligt land. Nu rådgiver hun erhvervsfolk i at tackle Kina.

AF METTE BRØNDUM

Kina-konsulentent synes selvfølgelig selv, hun bliver taget for lidt med på råd, når danske virksomheder vil forsøge sig på det kinesiske marked. Men Annette Dahl ved, hvad hun taler om, når hun anbefaler Kina-farere at forberede sig på det kulturmøde, de har i vente. Da hun selv var i Kina første gang for over ti år siden, var den umiddelbare reaktion hos både hende og rejsefællen: "Vi må ud af det her land!" Tre ugers kinesiske erfaringer senere var de stadig ikke mildere stemt, men nysgerrigheden var vakt – "hvad skete der?!" Siden er Annette Dahl blevet cand.mag. i kinesisk, kommunikation og kultur, og så er hun stifter af konsulentvirksomheden C3 Consulting – culture, communication, China – der udbyder skræddersyede kurser, foredrag og analyser om Kina og kineserne. Virksomheden har kun knap et år på bagen, men kunderne tæller allerede en række kendte navne, fra det store, internationale Danfoss og det amerikanske Scientific Atlanta til det danske arkitektfirma schmidt hammer lassen.

"Rent praktisk er det efterhånden forholdsvis nemt at etablere sig i Kina. Virksomhederne kan få hjælp fra den danske ambassade, fra lokale bureauer og rådgivere, og virksomhederne gør vel at mærke selv en aktiv indsats for at få den fornødne hjælp. Det samme sker ikke, når det handler om den kulturelle tilgang. Den bliver nedprioriteret. På det punkt har danske virksomheder tilsyneladende en meget pragmatisk tilgang a la 'hvor svært kan det være?!' og 'det lærer vi nok, når vi kommer derover' – og det gør de fleste da også, men ofte kunne et projekt være løbet hurtigere i gang, og både penge og problemer kunne være sparet undervejs, hvis medarbejderne var klædt bedre på fra begyndelsen," siger Annette Dahl.

En af Annette Dahls kæpheste er, at viden er den bedste ballast, når man gør sin entré i Kina.

"Kinas historie og det kinesiske samfund er så meget anderledes end noget, vi kender fra vores europæiske kontekst, og befolkningen har selvfølgelig også et andet kulturelt tankegods med i bagagen. Jeg slår på, at erhvervsfolk, der vil noget i Kina, er nødt til at vide noget om kinesisk historie og kultur. Det giver en ballast til det kulturmøde, der er i vente samt en større forståelse af de sociale og kulturelle kontekster, man som dansker skal arbejde i derovre. Jo mere viden man har om landet og folket, jo bedre chancer er der også for at styre uden om nogle af de typiske faldgruber som vanskelig kommunikation, dårligt samarbejde, stor udskiftning blandt de kinesiske ansatte osv. Og endelig – ved man bare lidt om Kina, ved man også, at kineserne selv er utrolig stolte af deres historie og kultur. Ret basalt kan man score nogle gode point på at vide, hvad man kan spørge dem om under forretningsmiddagen og hvilke spørgsmål, man nok skal undgå – om Opiumskrigen og Tibet for eksempel!" siger Annette Dahl. "Det skader ikke at lære, hvordan man kan charme kineserne lidt. De elsker for eksempel, når man kan nogle kinesiske gloser, og den slags skaber gode forbindelser og gode netværk."

Side 1/2

C3 Consulting

Mølleparken 2
DK - 8723 Løsning

M: +45 6017 0817
kontakt@c3consulting.dk
www.c3consulting.dk

CVR: 29 35 06 55

Hendes egen Kina-debut in mente, understreger hun også, at vestlige erhvervsfolk kunne få en meget mere positiv tilgang til det kulturmøde, der er i vente, hvis de var lidt bedre forberedt.

"På et personligt plan skal Kina-opholdet da også helst være en god oplevelse. Alt andet lige tror jeg ikke, det skader arbejdsindsatsen, at man kan lide at være der, ser nogle spændende ting og har nogle gode oplevelser udenfor arbejdstiden," slutter Annette Dahl.

For flere oplysninger, kontakt:

C3 Consulting v/Annette Dahl
Mølleparken 2, 8723 Løsning
E-mail: ad@c3consulting.dk
Telefon: 6017 0817