



Chancen der Globalisierung

Ein Berater stellt sich vor

Coaching multikultureller Teams

Schlanke Internationalisierungsberatung

Außenwirtschaftstraining

Zielorientierte Internationalisierungsszenarien

Interkulturelle Mediation

Interimsmanagement

Hartmut Büttner
International Management Consulting
Heinrich-Hertz-Str. 18
D – 65462 Ginsheim-Gustavsburg
Tel./Fax: +49 (0) 6144 – 469 2308
eMail: info@hbimc.com

www.international-management.biz
www.international-management-notes.eu

Inhalt

HARTMUT BÜTTNER.....	3
1. ERFAHRUNGSPROFIL.....	3
2. BERUFSPRAXIS.....	4
3. BERUFLICHE AUS- UND WEITERBILDUNG.....	4
4. ZUSATZQUALIFIKATION.....	4
DIENSTLEISTUNGEN	5
COACHING.....	5
1. Zielgruppe.....	5
2. Erfolgsfaktoren.....	5
3. Vorgehensweise.....	6
4. Leistungserbringung.....	6
SCHLANKE INTERNATIONALISIERUNGSBERATUNG (SIB).....	7
1. Zielgruppe.....	7
2. Nutzen.....	7
3. Vorgehensweise.....	8
4. Anmerkung.....	8
TRAINING.....	9
<i>Einführung in das Exportgeschäft.....</i>	<i>11</i>
<i>Erfolgreich durch professionelle Internationalisierungsstrategien.....</i>	<i>12</i>
<i>Wettbewerbsvorteile durch interkulturelle Kompetenz.....</i>	<i>13</i>
<i>Besonderheiten des internationalen Marketings.....</i>	<i>14</i>
<i>Einführung in das Projektmanagement.....</i>	<i>15</i>
<i>Besonderheiten des internationalen Projektmanagements.....</i>	<i>17</i>
<i>Die asiatische Herausforderung - Markteintrittsstrategien.....</i>	<i>18</i>
<i>Die asiatische Herausforderung - Erfolg durch interkulturelle Kompetenz.....</i>	<i>19</i>
ZIELORIENTIERTE INTERNATIONALISIERUNGSSZENARIEN (ZOIS).....	20
1. Zielgruppe.....	20
2. Nutzen.....	20
3. Vorgehensweise.....	21
4. Leistungserbringung.....	21
5. Anmerkung.....	21
INTERKULTURELLE MEDIATION.....	22
1. Zielgruppe.....	22
2. Erfolgsfaktoren.....	22
3. Vorgehensweise.....	23
4. Anmerkung.....	24
INTERIMSMANAGEMENT.....	25
<i>Ihr Nutzen.....</i>	<i>25</i>
ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB).....	26

Hartmut Büttner

Selbständiger Außenwirtschaftsberater seit 2002

Persönliche Daten

Name Hartmut Büttner

Anschrift Heinrich-Hertz-Straße 18
65462 Ginsheim-Gustavsburg
Tel./Fax: +49 (0) 6144 - 469 2308
eMail: info@hbimc.com
www.international-management.biz
www.international-management-notes.eu

Geboren am 19.02.1954 in Mainz

Familienstand verheiratet, ohne Kinder



1. Erfahrungsprofil

- Außenwirtschaftsberater und Dozent
- Sechs Jahre Ostasiendelegierter in Hongkong
- Überführung und Integration einer internationalen Vertriebsorganisation im Rahmen einer Betriebsübernahme
- Aufbau und Pflege einer internationalen Vertriebsorganisation
- Vertriebsmanagement in Europa und Asien-Pazifik
- Projektmanagement und Abwicklung von internationalen Investitionsgüteraufträgen
- Planung und Koordination von öffentlich geförderten Forschungs- und Entwicklungsprojekten
- Controlling

2. Berufspraxis

seit 2006	Außenwirtschaftsberater und Dozent (selbständig)
2002 - 2005	Außenwirtschaftsberater (selbständig)
2000 - 2002	Clariant Masterbatch GmbH & Co. OHG in Ahrensburg (Produktmanagement Asien-Pazifik)
1999 - 2000	Clariant Masterbatch GmbH & Co. OHG in Hongkong (Ostasiendelegierter)
1994 - 1998	Boehringer Ingelheim KG in Hongkong (Ostasiendelegierter)
1992 - 1994	Boehringer Ingelheim KG in Ingelheim (Gebietsverkaufsleiter)
1990 - 1992	Mabuchi Motor Co., Ltd. in Frankfurt (Vertriebsingenieur)
1989 - 1990	Leybold AG in Alzenau (Auftragsabwicklungsingenieur)
1985 - 1988	Leybold AG in Hanau und Alzenau (Controlling)

3. Berufliche Aus- und Weiterbildung

- MBA with Distinction (International Management Consultancy, University of Lincoln, Großbritannien, 2005)
- Diplom-Wirtschaftsingenieur/Elektrotechnik (Technische Hochschule Darmstadt [heute: Technische Universität Darmstadt], 1985)
- European Net-Trainer (European Net-Trainers Association, Tele-Akademie der Hochschule Furtwangen und The Sheffield College, Großbritannien, 2008)
- Suggestopäde (DGSL, CeLL – Centrum für effektives Lehren und Lernen, 2007)
- NLP-Trainer (DVNLP, NLP-TrainerAkademie, 2007)

4. Zusatzqualifikation

- Lizenz als Übungsleiter Sport in der Prävention: Entspannung und Stressbewältigung (Deutscher Sportbund, 2007)
- Lizenz als Übungsleiter Sport in der Prävention: Haltung und Bewegung (Deutscher Sportbund, 2005)
- Lizenz als Fachübungsleiter C Fitness und Gesundheit (Deutscher Sportbund, 2005)
- Yogalehrer (Sivananda Yoga Vedanta Dhanwantari Ashram, Indien, 2000)

Dienstleistungen

Coaching

1. Zielgruppe

Unternehmen, Organisationen und Teams, die im internationalen/globalen Umfeld tätig sind und deren Ziele z.B. sind:

- mit Hilfe von Coaching den Effekt eines vorausgegangenen Trainings zu verstärken, um so einen Mehrwert zu erzielen,
- eine zukunftsweisende Strategie oder motivierende Vision zu entwickeln,
- eine international tätige Führungskraft bei der Bewältigung schwieriger Situationen mittels Einzelcoaching unterstützen zu lassen,
- ein internationales, multikulturelles und/oder virtuelles Team zu gründen oder strukturell zu verändern oder
- mittels Betreuung und Supervision Handlungen und Handlungsmuster im Team aufzudecken und bewusst zu machen, um
 - Synergiepotentiale für künftige Interaktionen zu finden,
 - latente/unbewusste Missverständnisse aufzudecken,
 - Effizienz und Effektivität zu steigern,
 - Kommunikation und Zusammenarbeit zu verbessern und
 - Prozesse und Schnittstellen zu optimieren.

2. Erfolgsfaktoren

Damit das Coaching erfolgreich sein kann und die beschlossenen Maßnahmen von allen Teilnehmern motiviert umgesetzt werden, müssen die folgenden Voraussetzungen erfüllt sein.

Anforderungen an das zu coachende Team:

- die Coachees (Teammitglieder) nehmen freiwillig am Coaching teil und akzeptieren den Coach
- die Teammitglieder sind im Prinzip für ihre Aufgabe qualifiziert (sonst wären wahrscheinlich eine Schulung, ein Training oder eine Versetzung sinnvoller)
- die Erwartungen der Vorgesetzten an das Team sind eindeutig definiert

Anforderungen an den Coach:

- eigene interkulturelle Kompetenz
- wird von den Coachees akzeptiert

- neutrale und sachorientierte Arbeitsweise
- Lösungswege nur öffnen, aber nicht vorgeben

3. Vorgehensweise

Bei der Entscheidung über den geeigneten Coaching-Ansatz muss bei multikulturellen Teams wegen der unterschiedliche Werthaltungen, Wissensbasis, Denk- und Handlungsweisen, Problemlösungsstrategien und Muttersprachen der einzelnen Mitglieder die Team-Zusammensetzung berücksichtigt werden.

4. Leistungserbringung

- Vorort im Klientenunternehmen bzw. der Klientenorganisation oder
- insbesondere bei virtuellen Teams auch elektronisch als eCoaching.

Schlanke Internationalisierungsberatung (SIB)

In der Beratung hat sich Hartmut Büttner International Management Consulting spezialisiert auf die **Schlanke Internationalisierungsberatung** (Lean Internationalization Consulting).

1. Zielgruppe

SIB ist insbesondere geeignet für kleinere und mittelgroße Unternehmen so wie einzelne Geschäftseinheiten großer Unternehmen, deren Ziel es ist:

- neue Absatzmärkte zu erschließen,
- eine internationale Organisation aufzubauen und/oder
- ihre internationalen Aktivitäten zu optimieren

und die Wert legen auf:

- ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis,
- eine geringe Belastung Ihrer eigenen Ressourcen,
- eine konsequente und zeitnahe Umsetzung und
- die Berücksichtigung der neusten Erkenntnisse.

2. Nutzen

Der Klient erhält mit SIB:

- Eine schlanke Beratung, die mit sieben bis zehn Beratertagen, nur einen Bruchteil einer traditionellen Beratung kostet. Dies ist möglich, da z.B. Mitarbeiter des Klienten die für die Ist-Analyse notwendigen Daten unter Anleitung des Beraters selbst erheben und aufbereiten. Die Klienten-Mitarbeiter erhalten so gleichzeitig ein On-the-Job Training.
- 100 % Transparenz, denn die Strategie und die daraus abgeleiteten Maßnahmen werden nicht alleine vom Berater festgelegt, sondern gemeinsam mit dem Klienten entwickelt. Dadurch ist außerdem sichergestellt, dass das Wissen und die Erfahrung der Klientenmitarbeiter genutzt werden.
- Eine sehr hohe Umsetzungsquote (von bis zu über 95 %), da die Betroffenen an der Strategieentwicklung beteiligt waren und die beschlossenen Maßnahmen akzeptieren. Da ferner Sofortmaßnahmen

schon am ersten Tag beschlossen und realisiert werden, werden die positiven Wirkungen schnell sichtbar.

3. Vorgehensweise

Anders als in traditionellen Beratungsprojekten erarbeitet der Klient im Rahmen von SIB mit seinem Team sein eigenes Konzept unter fachkundige Begleitung durch seinen Berater.

Bei SIB werden die Rollen- und Aufgaben wie folgt verteilt:

Klientenunternehmen

- Rollen
 - Projektleitung
 - Projektassistent
 - Projektteam
- Aufgaben
 - Analysen durchführen
 - Entscheidungen treffen
 - Entscheidungen umsetzen

Berater

- Rollen
 - Gesprächsleitung
 - Moderation
 - Coaching
 - Hotline
- Aufgaben
 - Einbringen seines Fach- und Methodenwissens

4. Anmerkung

Die **Schlanke Internationalisierungsberatung** beruht auf dem von Frau Prof. Dr. Christel Niedereichholz entwickelten und in der Praxis bewährten Lean Consulting®.

Training

In den angebotenen Inhouse-Seminaren und Workshops wird das für erfolgreiche Markterschließung im Ausland erforderliche Fach- und Methodenwissen vermittelt. Außerdem wird die Sensibilität der TeilnehmerInnen für interkulturelle Unterschiede trainiert.

Die TeilnehmerInnen profitieren in den durch Interaktion gekennzeichneten Seminaren und Workshops von der über zwanzigjährigen Erfahrung des Dozenten und Trainers in unterschiedlichen internationalen Funktionen und von den neusten fachlichen und didaktischen Erkenntnissen.

1. Seminare

Internationalisierung

- Einführung in das Exportgeschäft (2 Tage; s. S. 11)
- Erfolgreich durch professionelle Internationalisierungsstrategien (1 Tag; s. S. 12)
- Wettbewerbsvorteile durch interkulturelle Kompetenz (1 Tag; s. S.13)
- Besonderheiten des internationalen Marketings (1 Tag; s. S. 14)

Projektmanagement

- Einführung in das Projektmanagement (3-5 Tage; nach Absprache; s. S. 15)
- Besonderheiten des internationalen Projektmanagements (2 Tage; s. S. 17)

Asien

- Markteintrittsstrategien (1 Tag; s. S. 18)
- Erfolg durch interkulturelle Kompetenz (1 Tag; s. S. 19)

2. Hinweise

- **eLearning:** Auf Wunsch können die Seminare auch als eLearning-Kurse oder als kombinierte Präsenz- und eLearning-Kurse (Blended Learning) durchgeführt werden.
- **Methodik:** Vorträge, Fallbesprechungen, Erfahrungsaustausch und Diskussion
- **Organisation:** Veranstaltungsräume, Präsentationshilfsmittel (Beamer, Flipchart, Verbrauchsmaterialien und Computer mit Internetzugang) und Verpflegung werden von Ihrem Unternehmen gestellt.
- **Seminarinhalte:** Die einzelnen Module können je nach Bedarf auch anders kombiniert werden. Weitere Seminare, Workshops und Vorträge nach Absprache.
- **Seminarsprache:** Die modular aufgebauten Seminare können in deutscher und englischer Sprache gehalten werden.
- **Teilnehmerzahl:** Maximal 20 Personen
- **Veranstaltungsort:** Inhouse-Veranstaltung in Ihren Räumen
- **Workshops:** Die Seminare können auch als Workshops gestaltet werden.

Einführung in das Exportgeschäft

(Seminar)

Das Seminar gibt einen Überblick über die wichtigsten Aspekte des Exportgeschäfts. Die TeilnehmerInnen erfahren worauf beim Export zu achten ist und erhalten praktische Tipps für den Auf- und Ausbau ihres Exportgeschäfts.

Themenübersicht:

- Grundlagen
(Export-Umwelten und Umfeld der Exportformen)
- Rechtsrahmen
(Außenwirtschaftsrecht, Ausfuhrgenehmigung, internationale Kaufverträge und Schiedsgerichtsbarkeit)
- Überprüfen der eigenen Exportfähigkeit
(Unternehmen, Branche, Umfeld)
- Auswahl erfolgversprechender Exportmärkte
(Informationsquellen, Marktanalyse und -auswahl)
- Finden geeigneter Vertriebspartner
(Partnerprofil, Suche und Auswahl)
- Angebotsbestandteile
- Liefer- und Zahlungsbedingungen
(insb. Incoterms, Dokumenteninkasso und Akkreditiv)
- Exportfinanzierung
(kurz-, mittel-, langfristig)
- Exportrisiken und ihre Absicherung
(staatlich, privat; Transportversicherung)
- Exportpreiskalkulation
(Preisstrategien, Voll- und Teilkostenrechnung)
- Abwicklung
(Verpackung, Transport, Exportdokumente und Zollabwicklung)
- Kompetente Ansprechpartner und Informationsquellen

Zielgruppe: InhaberInnen, GeschäftsführerInnen, Marketing- und VertriebsleiterInnen sowie alle MitarbeiterInnen ohne oder mit nur geringer Exporterfahrung, die etwas tiefer in die Materie einsteigen möchten.

Referent: Hartmut Büttner

Seminardauer: 2 Tage

Erfolgreich durch professionelle Internationalisierungsstrategien

(Seminar)

In dieser Veranstaltung werden die verschiedenen Internationalisierungsstrategien vorgestellt und verglichen. Es wird außerdem erklärt worauf bei der Wahl eines ausländischen Standorts geachtet werden muss und welche Organisationsformen zur Umsetzung der unterschiedlichen Internationalisierungsstrategien geeignet sind.

Themenübersicht:

- Gründe und Voraussetzungen für eine erfolgreiche Internationalisierung
- Internationalisierungsansätze
(Transaktionskosten, eklektischer Ansatz, erweiterte Ansoff-Matrix, Porter Matrix, Country-Similarity-Theory und Produktlebenszyklus)
- Strategiedesign
(Wachstum, Timing, Reihenfolge, Segmentierung, Stimulation, Bearbeitung und Strategie-Raster)
- Standortwahl
(Standort Attraktivität, Entscheidung, Realisierung)
- Herkömmliche Organisationsstrukturen
(Exportabteilung, internationale Division; Funktional-, Produkt-, Regional-struktur, zweidimensionale Matrixstruktur, Gridstruktur und Hybridstrukturen)
- Neuere Organisationsstrukturen
(Holding, Netzwerkstrukturen und virtuelle Unternehmen)

Zielgruppe: InhaberInnen, GeschäftsführerInnen, ExportleiterInnen, Marketing- und VertriebsleiterInnen.

Referent: Hartmut Büttner

Seminardauer: 1 Tag

Wettbewerbsvorteile durch interkulturelle Kompetenz

(Seminar)

In dieser Veranstaltung werden die verschiedenen Kulturebenen und kulturellen Dimensionen vorgestellt, die Unterschiede zwischen nationalen Kulturstandards analysiert und praxisnahe Empfehlungen für interkulturelles Marketing und Management sowie zur effektiven Führung von multikulturellen Teams und Organisationen erarbeitet.

Themenübersicht:

- Kulturebenen
(Symbole, Helden, Rituale, Praktiken, Werte etc.)
- Interkulturelle Kommunikation
(verbal und nonverbal)
- Stereotypen und Vorurteile
- Kulturelle Dimensionen
(Beispiele und Gegenüberstellungen: Machtdistanz, Individuum und Kollektiv, Maskulinität und Femininität, Unsicherheitsvermeidung etc.)
- Interkulturelles Marketing
(kulturabhängige Produkte, kulturunabhängige Produkte, kulturelle Marktsegmentierung, interkulturelles Industrieländermarketing und kulturelle Anpassungen von Produktstrategien)
- Organisationskultur
(Universalismus, Economic Cluster School und Culture-Bound Ansatz; die vier Bürokratietypen nach Hofstede)
- Interkulturelles Management
(Wissensverwaltung, internationale Veränderungsprojekte, lernende Organisation und Personalmanagement)
- Multikulturelle Organisationen und Teams
(Unternehmenskultur, multikulturelle Teams und kulturübergreifende Verhandlungen)

Zielgruppe: InhaberInnen, GeschäftsführerInnen, ExportleiterInnen, Marketing- und VertriebsleiterInnen sowie alle MitarbeiterInnen, die mit ausländischen Geschäftspartnern Kontakt haben.

Referent: Hartmut Büttner

Seminardauer: 1 Tag

Besonderheiten des internationalen Marketings

(Seminar)

Dieses Seminar behandelt die Besonderheiten des internationalen Marketings und ergänzt dadurch das nationale Marketingwissen und die auf dem Inlandsmarkt gewonnenen Marketingerfahrungen der Teilnehmer.

Praxisnah wird gezeigt wie erfolgversprechende Auslandsmärkte gefunden werden und wie man für sie geeignete Marketingkonzepte erstellen kann.

Themenübersicht:

- Definition und Abgrenzung des Begriffs "Internationales Marketing"
- Internationaler Marketingprozess
(Marketingkonzept-Lebenszyklus und internationale Marketingplanung)
- Internationale Marketingforschung
(Internationale Sekundär- und Primärforschung)
- Markteintrittsformen
(Vom indirekten Export bis zur eigenen Tochtergesellschaft)
- Internationales Marketingmix
(Produkt-, Kontrahierungs-, Kommunikations- und Distributionspolitik)
- Internationales Marketing und Internet
(Internet als Informationsquelle und Marketinginstrument)

Zielgruppe: InhaberInnen, GeschäftsführerInnen, ExportleiterInnen, Marketing- und VertriebsleiterInnen sowie alle MitarbeiterInnen, die ihr Marketingwissen und -erfahrungen um die Besonderheiten des internationalen Marketings erweitern bzw. ihr internationales Marketingwissen und -erfahrungen vertiefen möchten.

Referent: Hartmut Büttner

Seminardauer: 1 Tag

Einführung in das Projektmanagement

(Seminar)

Dieses Seminar behandelt die zentralen Projektmanagementaspekte und vermittelt das dazu gehörige Methodenwissen an Hand von praktischen Beispielen.

Es werden praxisbewährte Vorgehensweisen dargestellt und die alternativen Wege zum Projektziel erörtert. Da diese Alternativen nur wertvoll sind, wenn sie mit Entscheidungskriterien belegt werden, werden außerdem Entscheidungsverfahren geübt.

Die Werkzeuge zur Unterstützung der Projektdurchführung werden teils vorgestellt, teils ausprobiert.

Dank der praxisnahen und interaktiven Seminargestaltung gelingt den TeilnehmerInnen, auch ohne Praxiserfahrung der Einstieg in die Welt der Projektarbeit.

Themenübersicht:

1. Projektabwicklung und -organisation

- Projektstartphase
(Kickoff Meeting, Projektstudie, Projektteam, Verantwortung der Projektteilnehmer, Alternativentscheidungen, einschließlich Entscheidung über die Vorgehensweise und Projektauftrag)
- Organisatorischen Bedingungen
(Projektorganisation, strukturelle Gestaltungsmöglichkeiten und Arbeitsweisen im Projektteam, Zusammenarbeit, Delegation, Übertragung von Verantwortlichkeiten auf die Arbeitsgruppe aus Sicht des Auftraggebers und des Projektleiters so wie kulturelle Einflüsse)
- Projektabwicklung
(Phasen- und Meilenstein-Konzepte, Kombinationen, Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und Projektteam, Projektkurveso wie Aufwandsverteilung des Projektes vom Start bis zur Übergabe des fertigen Produktes an den Kunden)

2. Querschnittsthemen

- Schätzen
(Aufwandsschätzung, Ersparnisschätzung und Randbedingungen)
- Planung
(Prinzipien, Planungssystematik, Glättung, Plantypen, Planungstechniken und Planungswerkzeuge)

- Kontrolle
(Projektzyklus, Plan-Ist-Vergleich, Kontrolldiagramme, Ressourcen, Aufwand, Termine und Qualität)
- Wirtschaftlichkeit
(Kostendeckung, grafische und rechnerische Ermittlung)
- Qualitätssicherung
(Anforderungen, Organisation, Problematik, Maßnahmen und Überblick ISO 9000)
- Dokumentation
(Zweck, Dokumente, Gestaltung und Berichtswesen)
- Entscheidungsfindung
(Nutzwertanalyse, Ablauf und Aussagekraft)
- Projektrisiken
(Risikofaktoren, Hauptrisiken und Gegenmaßnahmen)
- Projektleitung
(Verantwortung, Qualifikation und Motivation)
- Projektmanagementgrundsätze
(Regelwerk und Projektmanagement-Handbuch)

Zielgruppe: Angehende ProjektleiterInnen und Projektmitglieder ohne oder mit geringer Projekterfahrung

Referent: Hartmut Büttner

Seminardauer: 3-5 Tage; nach Absprache

Anmerkung: Bei einer Seminardauer von 3 und 4 Tagen müssen die Inhalte gestrafft und reduziert werden.

Besonderheiten des internationalen Projektmanagements

(Seminar)

Dieses Seminar behandelt die Besonderheiten des internationalen Projektmanagements und ergänzt dadurch die bereits vorhandene Projektmanagement-Kenntnisse und Erfahrungen der Teilnehmer.

Praxisnah werden die über das nationale Projektmanagement hinausgehenden Voraussetzungen und Spielregeln für das erfolgreiche Abwickeln internationaler Projekte vorgestellt.

Themenübersicht:

- Grundlagen
(Rahmenbedingungen, Begriffsabgrenzung und -bestimmung so wie Beispiele)
- Besonderheiten
(Zusätzliche Einflussfaktoren, organisatorische Konzepte, Rekrutierung, Projektmanagement-Instrumente, Projektfinanzierung und Risikomanagement)
- Internationale Teams
(Mitarbeiterführung, Teamarbeit und -entwicklung, interkulturelles Management, Verhandlungen, Problemlösungsprozess und Entscheidungsfindung)
- Projektmanager
(Auswahl, Einsatz und Managemententwicklung)
- 6 Phasen Schema der Internationalisierung
(1. Vorbereitung, 2. Ist-Analyse, 3. Sollkonzept, 4. Realisierungsplanung, 5. Realisierung und 6. Nachbearbeitung)
- 5 Phasen Schema der Gründung internationaler Kooperationen
(1. Strategische Klärung und Zielfindung, 2. Partnersuche, 3. Konfiguration und Einrichtung, 4. Management und 5. Auflösung)

Zielgruppe: Personen mit Projektmanagement-Kenntnissen, die internationales Projektmanagement in ihren Unternehmen einführen, systematisieren und/oder verbessern möchten bzw. die in Zukunft internationale Projekte leiten oder in ihnen mitarbeiten werden.

Referent: Hartmut Büttner

Seminardauer: 2 Tage

Die asiatische Herausforderung - Markteintrittsstrategien

(Seminar)

In diesem Seminar wird ein Überblick über das Länderdreieck mit Indien im Westen, Japan im Norden und Indonesien im Süden geboten, die regionalen und lokalen Besonderheiten dargestellt sowie die möglichen Markteintrittsstrategien mit ihren Vor- und Nachteilen erörtert. Außerdem werden Hilfen zur Länderauswahl und Standortwahl gegeben.

Themenübersicht:

- Die Region - Ein allgemeiner Überblick
(Wirtschaft, Sprache, Religion und Geschichte)
- Unterschiede zwischen deutschen und asiatischen Landes- und Unternehmenskulturen
(Individualismus versus Kollektivismus, Machtdistanz, Maskulinität versus Femininität, Unsicherheitsvermeidung und langfristige Orientierung; Organisationsmodelle; Problemlösungsstile)
- Internationalisierungsstrategien
(Strategiebausteine, Strategiedesign und Entwicklungspfade)
- Länderauswahl - Asien
(Auswahlkriterien, Länderrisiko - BERI Index, Länderkurzprofile; Beispiel: Automobilindustrie)
- Standortwahl in Asien
(Standortfaktoren und -entscheidung)
- Kompetente deutsche und asiatische Ansprechpartner

Zielgruppe: InhaberInnen, GeschäftsführerInnen, ExportleiterInnen, Marketing- und VertriebsleiterInnen.

Referent: Hartmut Büttner

Seminardauer: 1 Tag

Die asiatische Herausforderung - Erfolg durch interkulturelle Kompetenz

(Seminar)

Dieses interkulturelle Seminar behandelt die Besonderheiten Asiens (das Dreieck mit Indien im Westen, Japan im Norden und Indonesien im Süden). Es werden asiatische und westliche Denkweisen, Entscheidungsprozesse und Geschäftspraktiken verglichen. Außerdem erhalten die TeilnehmerInnen praktische Informationen über den Umgang mit asiatischen Geschäftspartnern, die Verhandlungsführung und Kontaktpflege.

Themenübersicht:

- Die Region - Ein allgemeiner Überblick
(Wirtschaft, Sprache, Religion und Geschichte)
- Kultur-Analyse
(Symbole, Helden, Rituale, Praktiken, Werte und Wertewandel)
- Interkulturelle Kommunikation zwischen Deutschen und Asiaten
(verbal, nonverbal; Stereotypen und Vorurteile)
- Unterschiede zwischen deutschen und asiatischen Kulturstandards
(Individualismus versus Kollektivismus, Machtdistanz, Maskulinität und Femininität, Unsicherheitsvermeidung, langfristige Orientierung; Organisationsmodelle; Problemlösungsstile)
- Interkulturelle Informationen zu China, Indien und Japan
(Geschäftsbeziehungen, Business-Etikette, Small Talk, Verhandlung und Tabus)
- Planung von Geschäftsreisen
(interkulturell, geschäftlich und organisatorisch)

Zielgruppe: InhaberInnen, GeschäftsführerInnen, ExportleiterInnen, Marketing- und VertriebsleiterInnen sowie alle MitarbeiterInnen, die mit Asiaten zusammenarbeiten oder sich auf eine Dienstreise bzw. einen längeren Aufenthalt in Asien vorbereiten.

Referent: Hartmut Büttner

Seminardauer: 1 Tag

Zielorientierte Internationalisierungsszenarien (ZOIS)

Mit den **Zielorientierten Internationalisierungsszenarien** (Goal-Based Internationalization Scenarios) offeriert Hartmut Büttner International Management Consulting eine auf die spezifischen Klientenbedürfnisse abstimmbare Kombination aus Coaching, Training und Beratung.

1. Zielgruppe

ZOIS ist insbesondere geeignet für kleinere und mittelgroße Unternehmen so wie einzelne Geschäftseinheiten großer Unternehmen, deren Ziel es ist:

- neue Absatzmärkte zu erschließen,
- eine internationale Organisation aufzubauen und/oder
- ihre internationalen Aktivitäten zu optimieren

und die Wert legen auf:

- ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis,
- eine geringe Belastung Ihrer eigenen Ressourcen,
- eine konsequente und zeitnahe Umsetzung und
- die Berücksichtigung der neusten Erkenntnisse.

2. Nutzen

Der Klient erhält mit ZOIS:

- ein für seine spezifischen Bedürfnisse thematisch, zeitlich und finanziell optimiertes Dienstleistungspaket,
- einen besseren Wissenstransfer in die betriebliche Praxis, da die ZOIS-Trainingsmodule spezifisch auf die Bedürfnisse der TeilnehmerInnen abgestimmt sind,
- einen Mehrwert gegenüber isolierten Coachings und Trainings, da im Rahmen von ZOIS Coaching und Training aufeinander abgestimmt sind, sich gegenseitig ergänzen und verstärken,
- qualitativ höherwertige Beratungsergebnisse, da die Coaching- und Trainingsmaßnahmen sich positiv auf die Fach- und Methodenkompetenz der Beteiligten auswirken.

3. Vorgehensweise

1. Vorbereitung

In einer Vorbesprechung erläutert der Klient dem Berater das Ziel des geplanten ZOIS und die Ausgangssituation des Klientenunternehmens.

2. Istanalyse

Detaillierte Ermittlung des Coaching-, Trainings- und Beratungsbedarfs.

3. Sollkonzept

Festlegung der Coaching-, Trainings- und Beratungsinhalte in Form eines Projektstrukturplans. Darauf basierend wird eine grobe Aufwandsschätzung durchgeführt und ein grober Zeitplan erstellt.

4. Realisierungsplanung

Ausarbeiten detaillierter Ablauf-, Zeit-, Ressourcen- und Kostenpläne.

5. Realisierung

Durchführen der vereinbarten Coaching-, Trainings- und Beratungsdienstleistungen und wenn nötig, Anpassungen vornehmen.

6. Nachbearbeitung

- Auftragsbeurteilung
- Kundenzufriedenheit

4. Leistungserbringung

- Vorort im Klientenunternehmen bzw. der Klientenorganisation oder
- insbesondere bei virtuellen Teams auch elektronisch als eCoaching, eConsulting und eLearning.

5. Anmerkung

Der Begriff Goal-Based Scenarios (GBS) wurde 1993-1994 von Roger Schank am Institute for the Learning Sciences (ILS) an der Northwestern University (USA) geprägt. Hartmut Büttner International Management Consulting hat seinen didaktischen Ansatz modifiziert und daraus ein kombiniertes "on-the-job" Coaching, Trainings- und Beratungskonzept entwickelt.

Interkulturelle Mediation

1. Zielgruppe

Unternehmen und Organisationen, Teams oder einzelne Personen aus unterschiedlichen Kulturen, die im internationalen/globalen Umfeld tätig sind und einen akuten Konflikt in eine Win-Win-Situation verwandeln möchten.

2. Erfolgsfaktoren

Damit das Coaching erfolgreich sein kann und die beschlossenen Maßnahmen von allen Teilnehmern motiviert umgesetzt werden, müssen die folgenden Voraussetzungen erfüllt sein:

Sensibilisierung für kulturbedingte Konfliktpotentiale wie z.B. unterschiedliche

- Wertehaltungen,
- Wissensbasis,
- Denk- und Handlungsweisen,
- Problemlösungsstrategien und
- verbale, nonverbal und paraverbale Sprachen

Konfliktparteien

- wollen eine einvernehmliche Lösung
- haben Interesse an guten zukünftigen Beziehungen
- nehmen an der Mediation freiwillig teil
- sind bereit aktiv mitzuarbeiten und sich an die "Spielregeln" zu halten
- ferner benötigen sie
 - Geduld
 - Beharrlichkeit
 - Zuhören- und Zulassenkönnen
 - Offenheit
 - 100%-ige Präsenz

Mediator

- muss interkulturell bedingte Missverständnisse und Konflikte sowie die Bedürfnisse der Konfliktparteien erkennen können
- hat gute Fachkenntnisse bezüglich des, dem Konflikt zugrunde liegenden Sachverhalts

- ist unparteiisch (allparteiisch) und besitzt das Vertrauen der Konfliktparteien
- hilft den Beteiligten Gefühle und Interessen verständlich auszudrücken
- gibt keine Lösung vor
- bricht wenn nötig das Gespräch ab

3. Vorgehensweise

0. Vorbereitung

Kontaktaufnahme, Vorbesprechung und Situationsklärung

1. Abstimmungsphase

In dieser Phase versucht der Mediator eine vertrauensvolle Atmosphäre zu schaffen und gibt den Konfliktparteien Gelegenheit zusätzlich zu den Standard-Mediationsregeln eigene Regeln gemeinsam zu vereinbaren.

2. Betroffenensicht

Die Konfliktparteien schildern nacheinander ihre Sicht, ohne von der anderen Partei unterbrochen werden. Der Moderator hört aktiv zu, stellt Verständnisfragen und sammelt alle wichtigen Informationen. In dieser Phase werden erste Motive erkennbar.

3. Spiegelung

Die Konfliktparteien wiederholen die Position und die Interessen der anderen Seite mit eigenen Worten.

4. Konflikterhellung und Visualisierung von Gemeinsamkeiten

Die wichtigen Punkte beider Parteien werden visualisiert und zuerst die Gemeinsamkeiten hervorgehoben um eine bessere Ausgangsbasis für die darauf folgende Erörterung der Problemaspekte zu schaffen. Hier geht es um die Erhellung der hinter dem Konflikt liegenden Positionen, Bedürfnisse und Gefühle.

5. Neue Lösungsmöglichkeiten erarbeiten

Nachdem alle Problemaspekte bearbeitet sind, werden gemeinsam, z.B. mittels Brainstorming Lösungsvorschläge gesucht und später ihre Durchführbarkeit bewertet. Dabei muss im Rahmen einer interkulturellen Mediation am Ende nicht immer eine einheitliche Auffassung herauskommen. Häufig kann es sinnvoller sein, dass sich die Konfliktparteien nur die Differenzen bewusst machen und als spezifische Eigenarten des anderen akzeptieren.

6. Lösungen vereinbaren

Die Konfliktparteien entscheiden sich für einen oder mehrere ihrer Lösungsvorschläge, die sie umsetzen wollen, und vereinbaren eventuell ein Folgegespräch.

7. Umsetzung

Die Konfliktparteien realisieren die vereinbarten Maßnahmen und nehmen gegebenenfalls Anpassungen vor.

4. Anmerkung

Die Interkulturelle Mediation, wie oben beschrieben, dient nicht nur der freiwilligen Lösungsfindung im Konfliktfall, sondern unterstützt auch das beidseitige Lernen, hilft die Verständigung zwischen den Konfliktparteien zu verbessern und ein Gespür für beidseitige Chancen zu entwickeln.

Interimsmanagement

Als Manager auf Zeit im internationalen Marketing, Vertrieb und Produktmanagement unterstütze ich Sie gerne in Ihrem internationalen Wachstum und Ihrer internationalen Wertschöpfung zielorientiert und effizient unter Beachtung sozialer und ökologischer Gesichtspunkte.

Ihr Nutzen

- Bei vorübergehenden Personalengpässen übernehme ich kurzfristig und zeitlich begrenzt Managementaufgaben, bis diese wieder durch Ihr eigenes Management erledigt werden können.
- Bei neuen Aufgabenstellungen, z.B. beim Auf- und Ausbau internationaler Märkte Sorge ich dafür, daß die Aufgaben gewissenhaft erledigt werden bis Sie eigenes Fachpersonal haben.
- Ich verursache keine langfristigen Personalfixkosten.
- Sie vermeiden das mit einer übereilten Stellenbesetzung verbundene Risiko.
- Durch meine Unvoreingenommenheit kann ich in kurzer Zeit viel umsetzen.
- Durch den Know-how-Transfer bringt mein Einsatz einen deutlichen Zuwachs an Ideen und Wissen für Ihre Organisation.
- Der Schwerpunkt meiner Tätigkeit liegt in der Umsetzung.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

von Hartmut Büttner International Management Consulting (im folgenden HBIMC)

§ 1 Geltungsbereich

(1.1) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für Coachings, Beratungen und Trainings durch HBIMC für den Auftraggeber, insbesondere in folgenden Bereichen:

- Teamcoaching,
- Interkulturelles Coaching,
- Schlanke Internationalisierungsberatung,
- Präsenzseminare und -workshops,
- eLearning und eTutoring,
- Zielorientierte Szenarien und
- Interkulturelle Mediation

(1.2) Geschäftsbedingungen des Auftraggebers finden nur Anwendung, wenn dies ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde.

§ 2 Vertragsgegenstand / Leistungsumfang

(2.1) Gegenstand des Auftrags ist die vereinbarte, im Vertrag bezeichnete Dienstleistung, nicht die Erzielung eines bestimmten wirtschaftlichen Erfolges oder die Erstellung von Gutachten oder anderen Werken. Die Leistungserbringung erfolgt auf Grundlage der zwischen den Auftraggeber und HBIMC geführten vorbereitenden Gesprächen. Die Leistung von HBIMC sind erbracht, wenn die vertraglich vereinbarten Massnahmen durchgeführt und die Ergebnisse mit dem Auftraggeber besprochen sind. Unerheblich ist, ob oder wann die Schlussfolgerungen bzw. Empfehlungen umgesetzt werden.

(2.2) Insbesondere Coaching, Schlanke Internationalisierungsberatung, Zielorientierte Szenarien und Mediation beruhen auf Kooperation und Vertrauen. HBIMC wird angewandten Methoden, ihre Funktionsweise und Zwecke sowie die Risiken und die möglichen Ergebnisse in jeder Phase dem Auftraggeber und den Teilnehmern gegenüber offenlegen.

(2.3) Auf Verlangen des Auftraggebers hat HBIMC Auskunft über den Stand der Auftragsausführung zu erteilen bzw. nach Ausführung des Auftrags Rechenschaft abzulegen durch einen schriftlichen Bericht, der den wesentlichen Inhalt von Ablauf und Ergebnis der Dienstleistung wiedergibt. Soll HBIMC einen umfassenden, schriftlichen Bericht, insbesondere zur Vorlage an Dritte erstellen, muss dies gesondert vereinbart werden.

(2.4) HBIMC führt alle Arbeiten mit größter Sorgfalt und stets auf die individuelle Situation und die Bedürfnisse des Auftraggebers bezogen durch.

(2.5) HBIMC überprüft die vom Auftraggeber oder Dritten gelieferte Information nur auf Plausibilität. HBIMC ist verpflichtet, die ihm bekannte Information über die Situation des Auftraggebers im Hinblick auf die Fragestellung richtig und vollständig wiederzugeben. Die aus den Dienstleistungen abzuleitenden Schlussfolgerungen und Empfehlungen erfolgen nach bestem Wissen und nach anerkannten Regeln von Wissenschaft und Praxis. Die Darstellung der Empfehlungen erfolgt in verständlicher und nachvollziehbarer Weise.

(2.6) Soweit nicht anders vereinbart, kann HBIMC sich zur Auftragsausführung sachverständiger Unterauftragsnehmer bedienen, wobei er dem Auftraggeber stets unmittelbar verpflichtet bleibt.

§ 3 Leistungsänderungen

(3.1) HBIMC ist verpflichtet, Änderungsverlangen des Auftraggebers Rechnung zu tragen, sofern ihm dies im Rahmen seiner betrieblichen Kapazitäten, insbesondere hinsichtlich des Aufwands und der Zeitplanung zumutbar ist.

(3.2) Soweit sich die Prüfung der Änderungsmöglichkeiten oder die Realisierung der gewünschten Änderungen auf die Vertragsbedingungen auswirken, insbesondere auf den Aufwand von HBIMC oder den Zeitplan, vereinbaren die Parteien eine angemessene Anpassung der Vertragsbedingungen, insbesondere Erhöhung der Vergütung und Verschiebung der Termine. Soweit nichts anderes vereinbart ist, führt HBIMC in diesem Fall bis zur Vertragsanpassung die Arbeiten ohne Berücksichtigung der Änderungswünsche durch.

(3.3) Ist eine umfangreiche Prüfung des Mehraufwandes notwendig, kann HBIMC eine gesonderte Beauftragung hierzu verlangen.

(3.4) Änderungen und Ergänzungen des Auftrags bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Protokolle über diesbezügliche Besprechungen oder den Projektsachstand werden dem gerecht, sofern sie von den Bevollmächtigten beider Seiten unterzeichnet sind.

§ 4 Schweigepflicht / Datenschutz

(4.1) HBIMC ist zeitlich unbegrenzt verpflichtet, über alle als vertraulich bezeichneten Informationen oder Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse des Auftraggebers, die ihm im Zusammenhang mit dem Auftrag bekannt werden, Stillschweigen zu wahren. Die Weitergabe an nicht mit der Durchführung des Auftrags beschäftigte Dritte darf nur mit schriftlicher Einwilligung des Auftraggebers erfolgen.

(4.2) HBIMC übernimmt es, alle von ihm zur Durchführung des Auftrags eingesetzten Personen schriftlich auf die Einhaltung dieser Vorschrift zu verpflichten.

(4.3) HBIMC ist befugt, im Rahmen der Zweckbestimmung des Auftrags die ihm anvertrauten personenbezogenen Daten unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen zu verarbeiten oder durch Dritte verarbeiten zu lassen.

§ 5 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

(5.1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, HBIMC nach Kräften zu unterstützen und in seiner Betriebssphäre alle zur ordnungsgemäßen Auftragsausführung notwendigen Voraussetzungen zu schaffen; insbesondere hat er alle für die Auftragsdurchführung notwendigen oder bedeutsamen Unterlagen rechtzeitig zur Verfügung zu stellen.

(5.2) Auf Verlangen von HBIMC hat der Auftraggeber die Richtigkeit und Vollständigkeit der von ihm vorgelegten Unterlagen sowie seiner Auskünfte und mündlichen Erklärungen schriftlich zu bestätigen.

§ 6 Vergütung / Zahlungsbedingungen / Aufrechnung

(6.1) Das Entgelt für die Dienste von HBIMC wird nach den für die Tätigkeit aufgewendeten Zeiten berechnet (Zeithonorar oder als Festpreis schriftlich vereinbart). Sofern nicht anders vereinbart, hat HBIMC neben der Honorarforderung Anspruch auf Ersatz der Auslagen. Einzelheiten der Zahlungsweise sind im Vertrag geregelt.

(6.2) Soweit bei längerfristigen Verträgen nach Aufwand abgerechnet wird, gilt die jeweils aktuelle Preisliste von HBIMC. Bei Verträgen, die im letzten Quartal abgeschlossen werden, gelten die vereinbarten Preise auch für das folgende Jahr. Übersteigt die Preisänderung die marktüblichen Preise nicht nur unerheblich, kann der Auftraggeber den Vertrag kündigen.

(6.3) Alle Forderungen werden mit Rechnungsstellung fällig und sind sofort ohne Abzüge zahlbar. Die gesetzliche Umsatzsteuer ist allen Preisangaben hinzuzurechnen und in den Rechnungen gesondert auszuweisen.

(6.4) Mehrere Auftraggeber (natürliche und/oder juristische Personen) haften gesamtschuldnerisch.

(6.5) Eine Aufrechnung gegen Forderungen von HBIMC auf Vergütung und Auslagenersatz ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

§ 7 Mängelbeseitigung

(7.1) Soweit die Leistungen nachbesserungsfähig sind, wird HBIMC etwaige von ihm zu vertretende Mängel beseitigen, soweit ihm das mit einem angemessenen Aufwand möglich ist. Der Auftraggeber hat etwaige Mängel unverzüglich schriftlich zu benennen, spätestens jedoch innerhalb von 6 Monaten nach Leistungserbringung.

(7.2) Bei Fehlschlägen der Nachbesserung kann der Auftraggeber auch Herabsetzung der Vergütung oder Rückgängigmachung des Vertrages verlangen. Ist der Auftrag von einem Kaufmann im Rahmen seines Handelsgewerbes, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder von einem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen erteilt worden, so kann der Auftraggeber die Rückgängigmachung des Vertrages nur verlangen, wenn die erbrachte Leistung wegen Fehlschlagens der Nachbesserung für ihn ohne Interesse ist. Für darüber hinausgehende Schadensersatzansprüche gilt § 8.

§ 8 Haftung

(8.1) HBIMC haftet dem Auftraggeber, gleichgültig aus welchem Rechtsgrund, für die von ihm vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachten Schäden.

(8.2) Eine Haftung für leichte Fahrlässigkeit besteht nur bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. In diesem Fall wird die Haftung für vertragsuntypische Schäden ausgeschlossen. Für einen einzelnen Schadensfall ist sie auf maximal € 25.000,- begrenzt. Als einzelner Schadensfall gilt die Summe der Schadensersatzansprüche aller Anspruchsberechtigten, die sich aus einer Einzelnen, zeitlich zusammenhängend erbrachten, abgrenzbaren und insoweit einheitlichen Leistung ergibt. Bei Vorhersehbarkeit eines wesentlich höheren Schadensrisikos ist HBIMC verpflichtet, dem Auftraggeber eine höhere Haftungssumme anzubieten, wobei er seine Vergütung entsprechend anpassen kann.

(8.3) Vertragliche Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen HBIMC verjähren in 2 Jahren ab Anspruchsentstehung.

§ 9 Schutz des geistigen Eigentums

(9.1) Der Auftraggeber steht dafür ein, dass die im Rahmen des Auftrags von HBIMC gefertigten Berichte, Organisationspläne, Entwürfe, Zeichnungen, Aufstellungen und Berechnungen nur für die vertraglich vereinbarten Zwecke verwandt und nicht ohne ausdrückliche Zustimmung im Einzelfall publiziert werden. Die Nutzung der erbrachten Dienstleistungen für mit dem Auftraggeber verbundene Unternehmen bedarf einer ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung.

(9.2) Soweit Arbeitsergebnisse urheberrechtsfähig sind, bleibt HBIMC Urheber. Der Auftraggeber erhält in diesen Fällen das nur durch § 9 Absatz 1

Satz 1 eingeschränkte, im übrigen zeitlich und örtlich unbeschränkte, unwiderrufliche, ausschließliche und nicht übertragbare Nutzungsrecht an den Arbeitsergebnissen.

§ 10 Treuepflicht

(10.1) Die Parteien verpflichten sich zur gegenseitigen Loyalität. Sie informieren sich unverzüglich wechselseitig über alle Umstände, die im Verlauf der Projektausführung auftreten und die Bearbeitung beeinflussen können.

(10.2) Zu unterlassen ist insbesondere die Einstellung oder sonstige Beschäftigung von Mitarbeitern oder ehemaligen Mitarbeitern, die im Rahmen der Auftragsdurchführung tätig sind oder waren, vor Ablauf von zwölf Monaten nach Beendigung der Zusammenarbeit.

§ 11 Höhere Gewalt

Ereignisse höherer Gewalt, die die Leistung wesentlich erschweren oder zeitweilig unmöglich machen, berechtigen die jeweilige Partei, die Erfüllung ihrer Leistung um die Dauer der Behinderung und eine angemessene Anlaufzeit hinauszuschieben. Der höheren Gewalt stehen Arbeitskampf und ähnliche Umstände gleich, soweit sie unvorhersehbar, schwerwiegend und unverschuldet sind. Die Parteien teilen sich gegenseitig unverzüglich den Eintritt solcher Umstände mit.

§ 12 Kündigung

(12.1) Soweit nichts anderes vereinbart ist, kann der Auftrag mit einer Frist von 14 Tagen zum Monatsende gekündigt werden. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt unbenommen.

(12.2) Die Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

§ 13 Zurückbehaltungsrecht/Aufbewahrung von Unterlagen

(13.1) Bis zur vollständigen Begleichung seiner Forderungen hat HBIMC an den ihm überlassenen Unterlagen ein Zurückbehaltungsrecht, dessen Ausübung aber treuwidrig ist, wenn die Zurückbehaltung dem Auftraggeber einen unverhältnismäßig hohen, bei Abwägung beider Interessen nicht zu rechtfertigenden Schaden zufügen würde.

(13.2) Nach Ausgleich seiner Ansprüche aus dem Vertrag hat HBIMC alle Unterlagen herauszugeben, die der Auftraggeber oder ein Dritter ihm aus Anlaß der Auftragsausführung übergeben hat. Dies gilt nicht für den Schriftwechsel zwischen den Parteien und für einfache Abschriften der im Rahmen des Auftrags gefertigten Berichte, Organisationspläne, Zeichnungen, Aufstellungen, Berechnungen etc., sofern der Auftraggeber die Originale erhalten hat.

(13.3) Die Pflicht von HBIMC zur Aufbewahrung der Unterlagen erlischt sechs Monate nach Zustellung der schriftlichen Aufforderung zur Abholung, im übrigen drei Jahre, bei gem. § 13. 1. zurückbehaltenen Unterlagen fünf Jahre nach Beendigung des Vertragsverhältnisses.

§ 14 Sonstiges

(14.1) Rechte aus dem Vertragsverhältnis mit HBIMC dürfen nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung abgetreten werden.

(14.2) Für alle Ansprüche aus dem Vertrag gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

(14.3) Änderungen und Ergänzungen dieser Bedingungen oder des Vertrages bedürfen der Schriftform und müssen als solche ausdrücklich gekennzeichnet sein.

(14.4) Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertrag ist der von HBIMC, sofern der Auftrag von einem Vollkaufmann im Rahmen seines Handelsgewerbes, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder von einem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen erteilt wurde.



Hartmut Büttner
International Management Consulting

Hartmut Büttner
International Management Consulting
Heinrich-Hertz-Str. 18
D – 65462 Ginsheim-Gustavsburg
Tel./Fax: +49 (0) 6144 – 469 2308
eMail: info@hbimc.com

www.international-management.biz
www.international-management-notes.eu