

ALLES, WAS RECHT IST

VON ULRICH GOLDSCHMIDT



Ist Surfen erlaubt?

„Ich habe gehört, dass Arbeitnehmern wegen Internetnutzung im Büro bereits gekündigt wurde. Darf man am Arbeitsplatz überhaupt surfen? Und welche Folgen kann das für mich haben?“

Surfen Beschäftigte während der Arbeitszeit zu privaten Zwecken im Internet, rechtfertigt das nicht automatisch eine Kündigung. Sie kann selbst dann unzulässig sein, wenn der Arbeitnehmer sich schriftlich dazu verpflichtet hat, das Internet nur dienstlich zu nutzen.

Das hat das Landesarbeitsgericht (LAG) Rheinland-Pfalz (Az.: 6 Sa 682/09) entschieden. Dem Urteil lag der Fall eines Arbeitnehmers zugrunde, der eine Erklärung unterzeichnet hatte, die es ihm verbot, das Internet privat zu nutzen. Unter anderem hieß es dort: „Verstöße gegen diese Anweisung werden ohne Ausnahme mit arbeitsrechtlichen Mitteln sanktioniert und führen – insbesondere bei Nutzung von kriminellen, pornografischen, rechts- oder linksradikalen Inhalten – zur außerordentlichen Beendigung des

Arbeitsverhältnisses.“ Dennoch surfte der Mann wiederholt zu persönlichen Zwecken im Netz und fragte beispielsweise seinen Kontostand ab. Daraufhin erklärte der Arbeitgeber die außerordentliche Kündigung.

Das LAG hielt die Kündigung für nicht gerechtfertigt und stellte fest: Es müsse zu weitergehenden Vergehen kommen, wie etwa ein unbefugter Download, die Verursachung zusätzlicher Kosten oder Verletzungen der Arbeitspflicht. Des Weiteren sei unklar gewesen, ob die Internetnutzung nicht auch dienstlichen Zwecken gedient habe.

Der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit verlange, dass vor einer Kündigung eine Abmahnung erfolgt. Diese sei hier mangels „exzessiver“ Internetnutzung auch nicht entbehrlich gewesen. Der Ausspruch einer außerordentlichen Kündigung sei daher unverhältnismäßig. Und: Die Abfrage des Kontostandes stelle schon begrifflich kein „surfen“ im Internet dar.

Ulrich Goldschmidt ist Jurist und Geschäftsführer der Führungskräfte. die-fuehrungskraefte.de

DER MEILENKÖNIG

VON ALEXANDER KOENIG



Smarte Sammler

Die wenigsten setzen ihre erworbenen Flugmeilen effektiv ein und verschenken somit bares Geld. Doch wie funktioniert überhaupt Miles & More? Die Grundidee ist schnell erklärt: Durch Flüge mit Lufthansa oder einer Partnerairline erhält man sowohl Prämien- als auch Statusmeilen. Die Statusmeilen sollen einzig und allein dazu dienen, eines der drei Statuslevels bei Lufthansa Miles & More zu erreichen und damit Privilegien wie mehr Freigepäck, kostenlosen Loungezugang, Check-in am Business- oder First-Class-Schalter zu genießen. Die Prämienmeilen dagegen sind dafür gedacht, diese für Flug- oder Sachprämien einzulösen.

Die Anzahl der erworbenen Prämien- und Statusmeilen hängt dabei von der Entfernung des Reiseziels und der Buchungskategorie ab. So bekommt man für einen Flug in der Busi-

nessclass beispielsweise mehr Meilen als in der Economyclass. Doch man kann Prämienmeilen auch ohne zu fliegen erwerben. So gibt es jeden Monat unzählige Aktionen, bei denen man über Zeitungs- oder Zeitschriftenabonnements (WELT, „Financial Times Deutschland“, „Focus“), über Kontoeröffnungen (DKB, Cortal Consors), über Mobilfunkverträge (T-Mobile) oder über Kreditkartenzahlungen (Lufthansa Miles & More Kreditkarte) sein Meilenkonto mit Prämienmeilen aufstocken kann.

Smarte Meilensammler achten darauf, dass sie bei Meilenaktionen für 1000 Meilen nie mehr als 10 Euro bezahlen. Die „erworbenen“ Prämienmeilen sollte man insbesondere für hochwertige Flüge in der Business- und First Class einsetzen.

Alexander Koenig, Gründer des Insider-Portals First Class & More. www.welt.de/meilenkoenig

Management – Nur wer

Interkulturell agieren: Morgens Visitenkarten respektvoll entgegennehmen, abends in der Karaoke-Bar Nena-Songs schmettern
Von Adrian Pickshaus



Auch die Übergabe von Visitenkarten erfordert interkulturelles Wissen

Für deutsche Unternehmer wird das Asiengeschäft immer wichtiger. Doch die fernöstliche Wirtschaftswelt folgt anderen Regeln. Konflikte in Verhandlungen werden weich verpackt. Und laut wird es meist nur in der Karaoke-Bar.

Die Sache ist in trockenen Tüchern, denkt der Vorstandsvorsitzende aus Deutschland. Monate haben seine Mitarbeiter mit den Japanern verhandelt, nach endlosen Gesprächsrunden und literweise Tee liegt der Vertrag auf dem schweren Holztisch der Konzernzentrale. Der japanische CEO tritt ein, begrüßt den Deutschen mit ei-

ner Verbeugung und überreicht mit beiden Händen eine schwere Visitenkarte. Der Deutsche nimmt sie mit einer Hand und steckt sie in die Hosentasche. Aus. Vorbei. Es wird keinen Abschluss mehr geben. Denn der

Viele Geschäfte wurden auf Schlegels Empfängen und Galadinners eingefädelt – und scheiterten später an kulturellen Differenzen. Deshalb lehrt Schlegel jetzt „Business Behaviour“ für deutsche Manager.

SERIE Interkulturelles Management

Japaner hat nichts weniger als sein Gesicht verloren.

Gabriele Schlegel hat das teure Missverständnis miterlebt. Die Diplomategattin aus Bonn hat lange in Asien gelebt, ihr Mann war fünf Jahre deutscher Botschafter in Singapur.

Networking gilt als Basis des Erfolgs

„Das größte Problem für uns ist: Wir denken viel zu abschlussorientiert. Wir gehen irgendwo rein und wollen mit dem unterzeichneten Vertrag wieder rauskommen. Wir nehmen uns viel zu wenig Zeit.“ Asiaten dagegen wollten Geschäftspartner erst genau kennenlernen, ein persönliches Verhältnis und dessen Pflege seien wesentlich mehr wert als jeder Vertrag. „Guanxi“ heißt

die *Codes* kennt, macht Geschäfte



Wir Deutschen sind es gewohnt, Probleme direkt anzusprechen. Das aber wird von Asiaten als aggressive Konfrontation verstanden.“ Es drohe der berüchtigte Gesichtsverlust. Deutsche Geschäftsleute müssten sensibler kommunizieren, Kritik werde in Asien eher zwischen den Zeilen for-

nehmer fit für Asien. Bei ihm gibt es mehr als nur Verhandlungstipps: „Ich sage immer: Wer nicht ausgehen mag und nicht gerne trinkt und isst, der hat in Asien wenig Chancen.“ Denn das gehöre – egal ob in Japan oder China – zu jedem Geschäft: ein opulentes Mahl, bei dem der Alkohol oft in Strömen

gel. Gabriele Schlegel gibt Tipps: „Ein Repertoire von drei Songs ist ideal. Ich empfehle ‚99 Luftballons‘ von Nena zu lernen. Den gibt es überall.“ Wenigstens bei der Kleidung gelten westliche Standards. Männern empfiehlt Schlegel dunkle Anzüge, helle Hemden und Krawatte. Frauen rät sie zu Hosenanzug oder Kostüm. „Und abends unbedingt das kleine Schwarze!“

Auf die zahlreichen Unterschiede hingegen sollten sich deutsche Unternehmer gut vorbereiten, sagt Schlegel. Aber: „Ich habe Geschäftsleute gesehen, die nur gelächelt und sich ständig verbeugt haben. Das wirkt künstlich. Lieber als Europäer erkennbar bleiben“, rät sie. Schließlich wollten Asiaten stolze und selbstbewusste Geschäftspartner haben.

Wie schnell das Ungewohnte Gewohnheit wird, hat Gerd Schneider am eigenen Leib erfahren. Er arbeitet jetzt von Köln aus, Asien ist weit weg. Aber seine eigene Visitenkarte übergibt er immer noch mit beiden Händen.

Nächste Woche lesen Sie in der neuen *KarriereWelt* den zweiten Teil unserer Serie: **Interkulturelles Management in Russland – Wie man auch ohne Wodka Geschäfte machen kann.**

„Chinesen geben sich in Verhandlungen oft westliche Vornamen – weil im Chinesischen die Nachnamen vorne stehen. Damit wir ‚Hu‘ nicht für ihren Vornamen halten, nennt sich eine Managerin ‚Mary Hu‘. Sie will uns so vor einem Fehler schützen. Damit wir nicht unser Gesicht verlieren.“

Gabriele Schlegel, Expertin für „Business Behaviour“

muliert. Schneider rät, bei strittigen Punkten einen beispielsweise „positiven Wunschzustand“ zu schildern. Der Umweg als Abkürzung.

Schneider hat für Unternehmen Tochtergesellschaften und Geschäftsbereiche in Ostasien aufgebaut, acht Jahre hat er in Südkorea und Japan gelebt. Heute macht er mit seiner Beratungsfirma deutsche Unter-

nehmensgespräche. Da die geschäftliche Kommunikation eher indirekt erfolgt, sollen feuchtfrohliche Abende entkrampfen. Schneider zitiert ein fernöstliches Sprichwort: „Eine gelockerte Zunge lügt nicht.“

Einen im Tee zu haben hilft vielleicht auch in der Karaoke-Bar. Ein Besuch dort ist nach vielen Geschäftsessen die Re-

das asiatische Networking, es gilt als Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg.

Westliche Geschäftsleute müssten sich daher auf ewigen Small Talk einstellen, sagt Schlegel. Auch unangenehme Fragen seien keine Seltenheit: „Sind Sie nicht verheiratet? Warum denn nicht? Solche Fragen sind nicht mal böse gemeint“, erklärt Schlegel. Denn: „Dienst ist Dienst und Schnaps ist Schnaps – das gibt es in Asien nicht. Beruf und Privates gehören zusammen.“

Asiens Wirtschaft boomt, Länder wie China und Südkorea haben die Finanzkrise wesentlich besser verkräftet als die meisten westlichen Staaten.

Für Deutschland sind Japan und China die größten Handelspartner in der Region, die Exporte in das rote Riesenreich sind selbst im Krisenjahr 2009 um sieben Prozent gestiegen. Waren „made in Germany“ im Wert von 36,5 Milliarden Euro wurden eingeführt. Doch es gibt noch viel Luft nach oben, glaubt Gerd Schneider, Vorsitzender der Deutschen Asia Pacific Gesellschaft: „Den deutschen Unternehmen gehen jedes Jahr Unsummen verloren. Sie merken manchmal gar nicht, wenn ein Geschäft nicht mehr laufen wird.“

Der Umweg führt schneller zum Ziel. Der Grund: „Das Konfliktmanagement funktioniert in Asien vollkommen anders.

ANZEIGE

BOOST YOUR CAREER

Germany's leading business school

Are you looking for a highly-qualified partner for management education – one who provides solutions to global challenges? Do you want to get involved with an institution that offers world-class business education? Then Mannheim is the right place for you!

We offer you programs for all career stages:

- Mannheim MBA (full-time)
- ESSEC & MANNHEIM Executive MBA (part-time)
- MANNHEIM & TONGJI Executive MBA (part-time)
- Executive Master of Accounting & Taxation
- Open Enrollment Programs
- Customized Company Programs

For more information visit our website at www.mannheim-business-school.com, send us an e-mail: info@mannheim-business-school.com or give us a call: +49 (0)621 181 37 21

AACSB
ACCREDITED

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

Accredited by
Association
of MBAs

MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

Mannheim Business School gGmbH · L 5, 6 · 68131 Mannheim · Germany