

02/07 - April - Juni 2007 - UAE: AED 65,00 - CH: SFR 17,50

BENELUX: EUR 10,50 - A: EUR 9,80 - D: EUR 8,90

DUBAI MAGAZIN

DUBAI

Reisen • Wirtschaft • Immobilien • Lifestyle

BAHRAIN • QATAR • OMAN • V.A.E.

Erlebnisreise

Mit dem DUBAI Magazin die Emirate entdecken und erleben

Leben und Arbeiten am Golf
Chancen und Risiken für Job-Suchende

Hatta & Hatta Fort Hotel
Refugium am Fuße der Hajar Berge

plus
DVD
VIDEO

Die ultimative Info-DVD
zum DUBAI MAGAZIN

INFO-
Programm
gemäß
§ 14
JuSchG

In
jedem
Heft!

Grosvenor House
Luxushotel und Wahrzeichen
in der Dubai Marina



Frankfurt-Dubai-Gesellschaft

Brücken bilden

Gäbe es einen Preis für innovative Initiativen und Projekte zur Stärkung der strategischen Partnerschaften zwischen Deutschland und den Vereinigten Arabischen Emiraten, wären die Chancen hoch, dass auch Christine Stibi, Gründerin und Inhaberin des Wiesbadener „Office for German UAE Relations“, nominiert würde.

Text: Dr. Frank Höselbarth | Fotos: Office for German UAE Relations

Mit Christine Stibi stellen wir Ihnen in dieser Ausgabe eine außergewöhnliche Frau vor, die als Pendlerin zwischen zwei Welten in Deutschland und den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) gleichermaßen zu Hause ist. Sie lebte zwischen 1997 und 2005 mit Ihrer Familie in Abu Dhabi und Ajman und war in dieser Zeit als Mitorganisatorin und kreativer Kopf bedeutender nationaler und internationaler Reitturniere in der Golfregion tätig. Durch die hohe Pferdesport-Affinität vieler hochrangiger Locals und Scheichfamilien verfügt sie über exzellente Kontakte bis hin zu Freundschaften in die arabische Welt und kennt wie kaum eine zweite Deutsche die interkulturellen Besonderheiten beider Länder.

Nach ihrer Rückkehr nach Deutschland im Jahr 2005 eröffnete Christine Stibi ein Verbindungsbüro in der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden. Geplant sind für 2007 zwei weitere Meetingpoints in ihrer Heimat Rheinland-Pfalz sowie in München. Für europäische Unternehmer gestaltet sie mittlerweile individuelle „Business Development Trips“ mit persönlichen Vorort-Begegnungen, den so genannten „One to one Talks“. In Deutschland führt die engagierte Frau mit ihrer „Marhaba-Lounge“ in Themenabenden durch die einzelnen Emirate. Nahezu jede ihrer Projekt-

initiativen stellt ein Novum dar und dient der Stärkung strategischer Partnerschaften, der Information, der Markenbekanntheit oder dem Business Development, immer aber dem Aufbau von neuen Freundschaften und Begegnungen zwischen beiden Ländern.

Anlass für dieses Interview mit der Frankfurt-Dubai-Gesellschaft war ein weiteres Novum: erstmals engagierte sich aufgrund ihrer Initiative und Konzepterstellung ein arabischer Projektentwickler aus Dubai, die Iliyas und Mustafa Galadari Group, als Sponsor bei einem internationalen Reitturnier in Deutschland. Und das Frankfurter Festhallenturnier war dabei im Dezember 2006 so erfolgreich, dass die Logos von „City of Arabia“ auch Anfang April in der Dortmunder Westfalenhalle die Banden der Reitarena schmücken werden.

DUBAI Magazin: Frau Stibi oder Christine, wie Sie ihre emiratischen Freunde nennen, gibt es für Ihre Tätigkeiten eigentlich eine richtige Berufsbezeichnung?

Christine Stibi: In erster Linie sehe ich mich als Kommunikator und kreativer Brückenbilder zwischen den beiden Ländern Deutschland und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Im Gegensatz zu den oftmals standardisierten Delegationsreisen und Messebesuchen dienen

alle meine Projekte dem Aufbau strategischer Partnerschaften und einem gezielten Business Development. Oft entstehen hierdurch aber auch echte Freundschaften. Gerade weil in den Beziehungen zur arabischen Welt von „Herz zu Herz“, wie ich es nenne, noch oftmals ein Vakuum herrscht, plane ich „One to One Talks“ und individuelle Begegnungen in den Emiraten oder hier in Deutschland. Sowohl meine emiratischen Freunde wünschen dies, als auch zunehmend deutsche Unternehmer, die mit mir die Emirate bereisen und so in direkten Meinungs Austausch mit Entscheidern kommen. Es gibt zahlreiche gravierende interkulturelle Besonderheiten und ich biete ungewöhnliche Marketingkonzepte inklusive ihrer Realisierung an, die diese Unterschiede meistern. Auch die Beratung und Information sind Bereiche meiner Tätigkeit.

Für den Massenerlaubs-Tourismus übrigens bin ich eher weniger zu gebrauchen, denn ich hatte ja in Abu Dhabi und Ajman gelebt und dort gearbeitet. Vielen arabischen Familien bin ich privat verbunden und kenne Hotels oft nur aus Einladungen zu Restaurantbesuchen oder von „Dailybeach-Memberships“ mit den Kindern oder deutschen Verwandtenbesuchen. Exzessivem Goldrausch und Shoppingtours in den Souks und Malls bin ich bis heute auch noch nicht verfallen, wohl aber immer noch



den Pferden und den Reitturnieren in den arabischen Emiraten ...

DM: Wer kontaktiert Sie aus Deutschland, und warum? Es gibt doch eigentlich hierfür offizielle Institutionen in Bund und Ländern auf beiden Seiten – wie z.B. IHK bzw. AHK.

CS: Unternehmer, die einen Markteinstieg planen, nehmen mit mir Verbindung auf. Zu Ihrer zweiten Frage: Ich sehe meine Arbeit keinesfalls als Konkurrenz zu diesen Institutionen, sondern als individuelle Ergänzung. Es gibt auch schon IHKs und AHKs, die mit mir Kontakt aufgenommen haben, weil ich grundsätzlich andere Wege gehe, die alle auf Nachhaltigkeit und persönlichen Beziehungsaufbau ausgerichtet sind. Denn der persönliche Kontakt steht gerade im Anfang einer Beziehung zu den arabischen Ländern lange vor der Sachebene, selbst wenn das Produkt oder die Dienstleistung ein noch so unverwechselbares Alleinstellungsmerkmal haben mag.

Sie dürfen nicht vergessen, dass in den arabischen Emiraten täglich Wirtschaftsdelegationen aus der ganzen Welt eintreffen und sich die Klinke in die Hand geben. Auch die Messen und Ausstellungen platzen aus allen Nähten. Dies war 1995 bei den Messebesuchen noch ganz anders. Dann muss man heute schon den Emiratis nachsehen, wenn der eine oder andere deutsche Geschäftsmann schon 20 Minuten nach seinem Besuch wieder in Vergessenheit gerät, selbst wenn er die Visitenkarte noch immer in der Kandorra mit sich trägt.

DM: Und wer kontaktiert Sie aus den Arabischen Emiraten und worin liegen die Unterschiede zu Deutschland?

CS: Meine Kunden kommen aus den verschiedensten Branchen, insofern ist die Arbeit sehr facettenreich. Derzeit sind es vor allem Projektentwickler, die eine ungewöhnliche Promotion oder „Brand-Awareness“ wünschen, oftmals auch inklusive der Komplettrealisierung in

Deutschland. Deren Marketingdirektoren stammen oftmals nicht aus dem europäischen Raum und sind insofern oft schlicht und einfach „afraid“, im deutschen Markt einzusteigen. Bei dem Engagement von „City of Arabia“ war es so, dass ich den Direktor über den Pferdesport gut kannte. Seine Identifikation mit Reitturnieren ist sehr hoch und Frankfurt als Bankenstadt war für ihn äußerst attraktiv. So übertrug er mir die Projektrepräsentanz bei diesem bedeutenden Festhallenturnier in Frankfurt.

Mit meiner langjährigen Erfahrung bin ich für meine Auftraggeber auch deutbar geworden – außerdem kennen sie mich seit Jahren als ehrlich und zuverlässig. So kam ein Crossover zustande, denn seit einiger Zeit werden auch immer mehr Aufgaben seitens der VAE an mich herangetragen. Zu meinen Referenzen zählen Ministerien, CEOs, Bankdirektoren, Ärzte sowie Einzelunternehmer und Investoren.

Mich kontaktieren auch Familien, die mich seit vielen Jahren kennen. Sie wünschen zum einen Geschäftskontakte in die deutschsprachigen Länder, aber auch Hilfestellung und Unterstützung bei Immobilien, Investments, Investment Controlling sowie in privaten Angelegenheiten.

DM: Liegt in einer anderen Sicht der persönlichen Angelegenheiten ein wichtiger Unterschied zu Deutschland?

CS: Es ist bei den privaten Ansprachen ganz gleich, ob es dabei um Gesundheit, Hobby oder Lifestyle geht oder um Kinder- und Familienangelegenheiten. Kinder und Business sind in den arabischen Ländern zentrale Themen und müssen sich nicht abgrenzen. Ich selbst habe auch Kinder und komme aus einer großen Familie – wir könnten eine ganze Fußballmannschaft alleine stellen – ähnlich wie bei arabischen Familien. In den arabischen Emiraten gehören Kinder einfach selbstverständlich zum (Büro-)Alltag oder am Wochenende bis spät in den Abend dazu. Dort werden oftmals Termine um bzw. mit den Kindern gemacht. Der deutschen Geschäftswelt ist das völlig fremd. Es vergeht auch kein Anruf, bei dem man sich nicht zu allererst nach dem Wohlergehen der Kinder und der Familie erkundigt. So mancher Geschäftstermin kann in den VAE platzen, wenn plötzlich Probleme mit einem Kind aufgetaucht sind. Ich bin mir sicher, dass der eine oder andere gestandene deutsche „Business-Mann“ jetzt beim Lesen dieser Zeilen die Mundwinkel verzieht. Für die arabische (Männer-)Welt alles kein Problem. Für diese gibt es unsere deutschen Probleme der Überal-



Christine Stibi geht neue Wege: für „City of Arabia“ beim Frankfurter Festhallenturnier (oben), bei einem Reit-Championat in Ajman oder bei ihrer „Marhaba Lounge“ (unten)



Neues von der Frankfurt-Dubai-Gesellschaft e.V.

Die „FRANKFURT-DUBAI-GESELLSCHAFT“ hat nach ihrem einjährigen Bestehen am 11. März 2007 die erste ordentliche Mitgliederversammlung abgehalten. Dabei wurde ein Ausblick der geplanten Aktivitäten für das Jahr 2007 gegeben. Unter reger Beteiligung äußerten die Mitglieder ihre Vorschläge, Wünsche und Anregungen zur aktiven Beteiligung am Programm der jungen Gesellschaft. Der Schriftsteller und Dichter Salim Alafenisch erzählte von einer Begegnung „Europa im Nahen Osten – Der nahe Osten in Europa“ in der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften und las Gedichte des Frankfurter Goethefreundes Clemens Brentano vor.

Vom 22. bis 29. April wird für Mitglieder und Interessierte der FRANKFURT-DUBAI-GESELLSCHAFT eine Partnerstadt-Reise nach Dubai stattfinden. Nähere Informationen hierzu sind über Herrn Abdeslam Kabze unter der Rufnummer: 069/287174 oder 069/259098.

Bei dem diesjährigen Emirates-Germany Business Summit vom 8. bis 10. Mai 2007 in der Frankfurter Messe plant die Gesellschaft, durch einen Messestand vertreten zu sein. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an: Dr. Frank Höselbarth, Telefon: +49 (0) 69 24 00 5655.

Weitere Infos zur Mitgliedschaft in der Gesellschaft gibt es unter:

Rechtsanwalt Hellmut Brunn

Berger Str. 17

60316 Frankfurt am Main

Tel. 069 / 90 43 15 80

Fax: 069 / 90 43 15 81

www.frankfurt-dubai-gesellschaft.de

Autor **Dr. Frank Höselbarth** ist ein bekannter Personal- und Markenberater. Seit 17 Jahren betreut er deutsche sowie internationale Unternehmen bei der qualifizierten Personalsuche und berät Firmen zu Marken-Themen. Für arabische Unternehmen ist er in der Beschaffung und Auswahl europäischer Führungskräfte für Dubai und Riad tätig. Autor von Büchern und zahlreichen Publikationen über Markenführung und Management. Der promovierte Philosoph gehört zum Gründungs- und Vorstandskreis der neuen FRANKFURT-DUBAI GESELLSCHAFT.

people + brand agency, Gutleutstrasse 94, D-60329 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0) 69 - 24 00 5655, Fax : +49 (0) 69 - 24 00 5861, Email: peoplebrand@aol.com



terung der Gesellschaft auch nicht. Kinder und Enkel sind dort der ganze Stolz. Sie bedeuten Zukunft. Das ist auch ein großer Unterschied. DM: Wie kamen Sie eigentlich dazu, im deutschen Pass die Vereinigten Arabischen Emirate als Wohnsitz eintragen zu lassen?

CS: Das Ganze begann vor rund 10 Jahren, in einer Zeit als Dubai und die VAE noch fast unbekannt in Deutschland waren, mit einem Messebesuch einiger weniger, deutscher Aussteller, die den Scheichfamilien Al Nahyan, Al Maktoum, Al Qassimi und Al Nuaimi - die alle eine hohe Liebe zum Pferdesport besitzen - deutsche Pferde, Reitertraining und Turnierservice anboten. Damit war plötzlich im stagnierenden Deutschland eine Marktnische gefunden. Mein Schwerpunkt dabei wurde schon bald die Organisation der Springturniere, zunächst der nationalen, später auch der internationalen Turniere sowie der Championate in den VAE. Gemeinsam mit meinen emiratischen Freunden leisteten wir Pionierarbeit. Vielfältige Kontakte bis hin zu Freundschaften in die VAE und die Nachbarstaaten waren die Folge. Kurzum: Mit beiden Füßen in einer hochinteressanten Marktnische zu stehen, zwei Kindern, die neugierig auf die andere Welt geworden waren sowie die positive Aufbruchstimmung, die am Golf schon Mitte der neunziger Jahre allgegenwärtig war und meine Energie und Schaffenskraft beflügelte hatte - da fiel es irgendwann nicht mehr schwer, die Umzugskisten zu packen.

DM: Warum hat man in der arabischen Männerwelt einer jungen, blonden deutschen Frau diese Verantwortung zugetraut?

CS: Diese Frage wurde mir schon oft gestellt. Ich kann immer nur sagen: Wer keinen Elan, wenig Freude, Flexibilität und Einsatzbereitschaft für seine täglichen Aufgaben, Probleme und Pflichten einbringt, sollte vielleicht einmal seine Grundhaltung überdenken. Ich weigere mich schon ein Leben lang hartnäckig, ein pessimistischer, zynischer Mensch zu werden, ob-

wohl auch ich schon traurige und enttäuschende Zeiten erlebt habe. Ich bin immer bereit, aus Fehlern zu lernen. Viele Jahre war ich ein absoluter Workaholic, mit vielen kreativen und innovativen Ideen. Außer meiner Familie und meinen Kunden blieb keine Zeit für irgendetwas anderes. Und ganz gleich, ob Mann oder Frau: Wir Deutsche genießen in den VAE ein hohes Ansehen. Neben meinem Pferdeverständnis und hoher Leistungsmotivation steht bei mir das echte Interesse für die Menschen dort im Vordergrund. Ich mag sie gerne, ihre Visionen, ihre Pläne. Und ich respektiere die arabische Kultur und die Traditionen dieser Menschen.

DM: Ihre „Marhaba-Lounge“ ist ein neues Projekt, erzählen Sie uns davon.

CS: Die IHK Trier und das Wirtschaftsministerium Rheinland-Pfalz waren die ersten Institutionen, die mich um eine Vortragsmischung aus persönlichem Erfahrungsbericht und Empfehlungen zur Interkommunikation mit arabischen Geschäftspartnern und die arabische Geschäftsmentalität gebeten hatten. Ich habe aufgrund dieser positiven Resonanz und des tatsächlichen Informationsbedarfes die „Marhaba Lounge“ initiiert. Mit der „Marhaba-Lounge“ biete ich VAE-Themenabende für Unternehmer, Investorenclubs und andere Interessierte an. Dabei spannt sich ein Bogen, unter dem gleichzeitig Platz ist für einen informativen als auch entspannenden Abend, in angenehmer Atmosphäre mit arabischem Essen. Es gibt noch so viele Informationslücken: Wer kennt beispielsweise schon das kleine aufstrebende Emirat Ajman, ich dem ich auch gelebt hatte oder weiß von den unvorstellbaren Universitäten und den „Higher Education“-Möglichkeiten in den Arabischen Emiraten. Es gibt in Dubai zahlreiche neue und interessante Projekte und nicht nur die allorts thematisierte „Palme“. Was ich in der Marhaba-Lounge anstrebe, ist insofern immer auch ein edukativer Abend

DM: Um noch einmal auf die erste Frage zurück zu kommen. Ich denke, ich habe für Sie und Ihre unverwechselbare Tätigkeit eine Berufsbezeichnung gefunden. Wie wäre es mit „Business-Botschafter des Herzens“?

CS: Herz ist ein guter Ausdruck. Denn die reinen Kopfmenschen werden es in den Arabischen Emiraten schwer haben. Am Ende eines Tages möchte ich immer zumindest versucht haben, für beide Seiten positive Energien und Impulse für den nachhaltigen Beziehungsaufbau und die Kommunikation gegeben zu haben. ■