

verfassungsmäßig verankerte staatliche Fürsorge sowie der Aufbau eines Bildungsnetzwerks wie der „Universitäten des dritten Alters“ mit Online-Kursen. Abschließend lässt sich festhalten, dass Technologien für ein effektives Altern ein immenses Potenzial bergen, um die Herausforderungen des demografischen Wandels zu bewältigen. Durch die Nutzung internationaler Erfahrungen und Zusammenarbeit können inklusive Gesellschaften geschaffen werden, in denen das Alter eine positive und bereichernde Lebensphase ist.

## Referenzen

1. Rowe, J. W. Successful aging / J. W. Rowe, R. L. Kahn // The Gerontologist. – 1997. – № 37. – P. 433–440.
2. Japans Paro Robot: Paro Robotics : [website]. – URL: <http://www.parorobots.com/> (mode of access: 08.11.2025).
3. Singapurs Smart Nation Initiative : [website]. – URL: <https://www.smartnation.gov.sg/> (mode of access: 08.11.2025).
4. Gezondheid en zorg in het Nederland van 2030 // Health Holland. – URL: <https://www.health-holland.com/news/2019/09/development-of-aging-in-place-technologies> (datum van toegang: 08.11.2025).
5. Australiens Senior Net Programm // Home Instead. – URL: [https://homeinstead.com.au/locations/wollongong/care-enquiry/?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjwqddqvBhCPARIsANrmZhMD9CmzxLVM7ArVQJH47MpsDLvtc7rfQHLMv5vwH0mvZZi5Ffi0OoaAs5cEALw\\_wcB](https://homeinstead.com.au/locations/wollongong/care-enquiry/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwqddqvBhCPARIsANrmZhMD9CmzxLVM7ArVQJH47MpsDLvtc7rfQHLMv5vwH0mvZZi5Ffi0OoaAs5cEALw_wcB) (mode of access: 08.11.2025).
6. Südkoreas Senior Smile Phone Projekt // Korea Exposé. – URL: <https://www.koreaexpose.com/senior-smile-phone-aging-korea/> (datum des zugriffs: 08.11.2025).
7. Thesen der UNECE-Konferenz zum Altern // UNECE. – URL: [https://unece.org/sites/default/files/2022-06/Opening\\_Plenary\\_Country\\_statement\\_Belarus.pdf](https://unece.org/sites/default/files/2022-06/Opening_Plenary_Country_statement_Belarus.pdf) (datum des zugriffs: 26.09.2025).

**K. Klebanov**

**К. Е. Клебанов**

БНТУ (Минск)

*Научный руководитель С. А. Сласси Мутабир*

## KULTURELLE INNOVATION IM TRADITIONELLEN HANDWERK

### Культурная инновация в традиционных ремеслах

Heutzutage wird es zunehmend schwieriger, ein erfolgreiches Geschäft im Kulturbereich zu führen, da es auf dem Markt eine wachsende Konkurrenz herrscht.

Infolge der rasant fortschreitenden Digitalisierung der letzten Jahren kam es zu einer Vernachlässigung von traditionellen Waren und Dienstleistungen. In meiner Analyse zeige ich am Beispiel des deutschen Kuckucksuhrenhandwerks, wie durch gezielte Strategien nicht nur ein Umsatzanstieg erreicht, sondern auch der kulturelle Wert eines Traditionsprodukts sogar erhöht werden kann.

Der Theorie des „Blauen Ozeans“ zufolge werden die Märkte in zwei Gruppen gegliedert: die roten und die blauen Ozeane. Auf dem roten Ozean besteht eine gravierende Konkurrenz, die durch eine Nachfrage begrenzt wird. Auf der blauen wiederum wird ein neuer Wert für die Kundschaft angeboten. Es entsteht nämlich eine neue Nachfrage. Diese Theorie lässt sich auf dem Markt des alten deutschen Uhrenhandwerks klar veranschaulichen.

Die Gebirgsregion Schwarzwald liegt im Südwesten Deutschlands und wird als Kuckucksuhrenproduzent weltweit bekannt. Als Uhrengeschäft der armen Bauern begann, entwickelte sich das Handwerk zum großen Kuckucksuhrenmarkt, auf dem pro Jahr allein im Schwarzwald 1,6 Millionen Einheiten hergestellt wurden. Eine bedauerliche Tendenz ist trotzdem heute anzusehen: 2021 wurde es in ganz Deutschland 24500 Stück angefertigt, obwohl es 2019 doppelt so viele waren. Diese Entwicklung ist nicht allein auf globale Digitalisierung zurückzuführen, die die funktionale Notwendigkeit mechanischer Uhren verringert, sondern auch auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie, die den für diesen Sektor lebenswichtigen Tourismus stark beeinträchtigte.

Nicht alle Betriebe überstanden die Krise. Während die traditionellen Hersteller an Marktanteilen verloren, gelang es innovativen Produzenten, den Markt für sich neu zu definieren. Der Familienbetrieb „Rombach und Haas“ sah sich zu einem solchen Kurswechsel gezwungen. Anstatt dunkelbraune Uhren mit geschnitzten Hirschen oder Bäumen anzufertigen, führte er ein modernes Konzept ein: die Uhrenkästen aus Aluminium und Plastik, die in Neongrün und Rosa gefertigt werden.

Damit erschuf der Betrieb einen „Blauen Ozean“: das Kulturgut wird nicht mehr ausschließlich als Souvenir für Touristen betrachtet, sondern entwickelt eine große Anziehungskraft für junge Leute weltweit. Der Fokus verlagerte sich von funktionalen auf emotionale Aspekte: das altmodische Kulturgut wurde zu einem hochwertigen Designobjekt.

Allerdings stieß das Unternehmen „Rombach und Haas“ auf Gegenwind, denn wer nach neuen Ideen in dem Themenfeld Heimat sucht, zieht regelmäßig Kritik auf sich. Einer der Kritiker ist die Werkstatt „Anton Schneider Söhne“, die eine klassische Strategie gewählt hat. Anhand von strengeren Regelungen und konventionellen Zertifikaten will sie ihre traditionellen Kuckucksuhren besser vor Imitaten schützen. Dies ist jedoch ein klares Anzeichen dafür, dass die Firma in einem gesättigten „Roten Ozean“ ums Überleben kämpft. Ob es ihr gelingt, in diesem Ozean mehr Platz zu gewinnen, ist zu bezweifeln.

Abschließend lässt sich feststellen, dass die Gegenüberstellung von innovativem Ansatz von „Rombach und Haas“ und der traditionellen Strategie von „Anton Schneider Söhne“ einen fundamentalen Paradigmenwechsel im Umgang mit Kulturgütern darstellt.

Es ist eine Frage der Zeit, wie sich beide Unternehmen zeigen, trotzdem steht eines fest: wer einen neuen kulturellen Wert schafft, gewinnt neue Kunden und steigert seinen Umsatz. Und ganz umgekehrt: diejenigen, die lediglich auf eine strengere Regulation seines Produktes setzen, werden in seinem Wachstumspotenzial begrenzt bleiben.

**К. Лапко**

**Е. В. Лапко**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель Е. В. Молчанова*

## **VERHANDLUNGSSTRATEGIEN IN VERSCHIEDENEN LÄNDERN**

### **Стратегии переговоров в разных странах**

„Andere Länder – andere Sitten“ – dieses Sprichwort gilt gleichermaßen für das Verhalten am Verhandlungstisch. Internationale Verhandlungen sind ein Schlüsselement der globalisierten Wirtschaftswelt. Unterschiedliche nationale Kulturen prägen Kommunikationsstile, Entscheidungsprozesse und Strategien, die sich in Verhandlungen widerspiegeln.

Das Ziel dieser Studie ist es, die Verhandlungsstrategien in Ländern wie Belarus, Deutschland und Italien zu vergleichen und ihre charakteristischen Merkmale herauszufinden.

Verhandlungen sind eine Form der Kommunikation, meist in Form eines Dialogs, über Fragen, die widersprüchliche Bedürfnisse und Motive der Parteien betreffen. Grundlage des Verhandlungsprozesses ist das Streben nach einem Interessenausgleich, bei dem die Teilnehmer ihre Positionen und die Bedeutung ihrer Ziele abgleichen und so zu einem für alle Seiten akzeptablen Ergebnis gelangen.

Die charakteristischen nationalen Merkmale der Belarussen sind Offenheit und ein vertrauensvolles Verhältnis zu Menschen. Daher wird im geschäftlichen Umfeld großer Wert auf die Einhaltung von Vereinbarungen und die Wahrung des guten Rufs gelegt. Verhandlungen in Belarus werden in der Regel offiziell, korrekt und zurückhaltend geführt. Um die Würde des Partners nicht zu verletzen, versuchen die Belarussen, kritische Ansprüche und offene Konflikte zu vermeiden. Langfristige Beziehungen werden oft als wichtiger angesehen als kurzfristige Vorteile. Das für Belarus typische Verhandlungsmodell basiert auf Zusammenarbeit, Konsequenz und Ausdauer. Entscheidungen werden nach sorgfältiger Abwägung getroffen – nach einer detaillierten Analyse der Situation und in der Regel nach internen Abstimmungen.

Deutschland ist ein typisches Beispiel für eine Niedrig-Kontext-Kultur. Deutsche Verhandlungsführer sind bekannt für ihre sorgfältige Vorbereitung, logische Argumentation und hohe Präzision in der Formulierung. Emotionen bleiben meist im