

Wie sie interkulturelle Sensibilität entwickeln

Monika Brett

Inhaltsverzeichnis

2.1 Die Schweizer: Kantig, direkt, ehrlich? 27

2.2 Die Russen: Menschlich, authentisch, herzlich 33

2.3 US-Amerikaner: Dress for Success 38

2.4 Über die Autorin 41

Casanova, George Clooney oder Steve Jobs? Lebenskünstler, Schauspieler, Unternehmer, Athlet oder Banker? Frauen-Versteher, Gentleman oder Macho? Hart oder weich? Mit Jeans und Pulli oder Anzug, Hemd und Krawatte? Der Mann von Welt hat viele Gesichter, macht auf allen Bühnen einen guten Eindruck, kennt die Sitten und Gebräuche in seinen Gastländern – und er prägt die unterschiedlichsten Stile. Die Geschmäcker sind schließlich verschieden und vielfältig. Der erste Eindruck zählt. Und das Auge isst mit.

Deshalb war jener Reporter von der örtlichen Tageszeitung bei Zuhörern und Veranstaltern schnell unten durch: Minuten nach Beginn einer Veranstaltung für ausgewählte Kunden einer Bank – der erste Referent redete bereits – rumpelte er unüberhörbar in den Saal. Er kam nicht, er erschien. Das richtete zwar alle Augen der Anwesenden auf ihn, doch Großhirn meldete unwillkürlich an Kleinhirn: Kopf schütteln. Denn der Mann von der Presse war nicht nur zu laut und zu spät, sondern irgendwie auch zu komisch: Er trug eine Jeans, die mindestens schon drei Mal aus der Mode gekommen war, und einen dottergelben, selbstgestrickten, zotteligen Rollkragenpulli aus der Hippie-Zeit. So zu der Veranstaltung einer Bank zu erscheinen, ist zwar vielleicht durchaus mutig – Sympathiepunkte bringt das aber nicht. Dem langhaarigen Presse-Vertreter war das herzlich egal: Meister der Herzen wollte er eh nicht werden. „Wissen Sie, ich mag Banken nicht besonders“, sagte er mir, als ich ihn nach der Veranstaltung ansprach. Opposition als Stil-Etikette – das kann man natürlich machen, ich empfehle es aber nicht. Ein absichtlich

Monika Brett 
Eichwatt 17, 8105 Regensdorf, Schweiz
e-mail: Monika@monikabrett.com

schlechter Eindruck ist nicht besser als der schlechte Eindruck, den man aus Ahnungslosigkeit hinterlässt.

Apropos ahnungslos: Ich schildere diesbezüglich immer gerne zwei Erlebnisse. Das erste spielte sich in einem Restaurant in der Schweiz ab. Nicht nur bei den Alpennachbarn ist der „Gruß aus der Küche“ ja ein Zeichen von Stil, Niveau und gehobener Gastronomie. Ich erlebte nun aber in jenem Edel-Restaurant, wie sich eine junge Dame mit Gucci-Handtäschchen über diese kleine Aufmerksamkeit echauffierte und, sich laut beschwerend, ausrief: „Das habe ich aber gar nicht bestellt.“ Der Kellner nahm es eidgenössisch gelassen: „Gute Frau, die Küche lässt Sie recht herzlich grüßen. Ich wünsche einen guten Appetit.“ Das zweite Erlebnis mit einem Fettnäpfchen hatte ich auf einer Geschäftsreise in den Vereinigten Staaten. Die US-Amerikaner sind ja bekanntlich Weltmeister des Smalltalks. Selbst knallharte Verhandlungen beginnen sie erst einmal mit dem minutenlangen Austausch von Belanglosigkeiten. Eine junge Kollegin kannte diese Sitte nicht. Sie nahm die eher als allgemein-floskelhafte Begrüßung zu verstehende Frage „How are you?“ auf typisch deutsche Weise bierernst – und erzählte in einem Redeschwall fröhlich drauf los, dass es ihr gut gehe, sie aber einen stressigen Flug mit Verspätungen und Staus gehabt habe. Und so weiter und so fort. Dabei hätten drei Worte gereicht: „I’m fine, thanks.“

Reden ist Silber, Schweigen ist Gold, heißt eine alte Benimm-Weisheit. Diese gilt erst recht für den Mann von Welt, der weiß, wo der Bartel den Most holt. Hinter jedem erfolgreichen Mann steckt schließlich eine starke Frau. Auch diese Weisheit hat noch immer Gültigkeit. Ich möchte es sogar noch etwas drastischer ausdrücken, fast martialisch: Wem die Frauen gehören, dem gehört das Land. Zu wissen, was die Gastgeberinnen denken und schätzen, ist also mehr als die halbe Miete, wenn aus der Geschäftsreise in ein anderes Land ein Erfolgstrip werden soll. Der Weg zum Ziel führt über die Frauen: Zwar ist laut einer aktuellen Untersuchung derzeit nur jeder zehnte Vorstandsposten in Unternehmen mit einer Frau besetzt, aber bei alltäglichen Kauf-Entscheidungen sieht die Sache jedoch ganz anders aus. Sie werden zu 80 Prozent von den Damen getroffen. Und auch die angeblich üblicherweise einsam getroffene Entscheidung des Alpha-Mannes halte ich persönlich für eine Mär. Mit einem Schmunzeln gelesen habe ich daher einen Bericht über den Untreue-Prozess gegen den ehemaligen deutschen Top-Manager Thomas Middelhoff. Dessen damalige Sekretärin ließ das Gericht wissen, sie habe Middelhoffs Entscheidungen als „gottgegeben“ hingenommen: „Ich habe mich nicht als Controllerin meines Chefs gesehen.“ Warum sie das wohl so deutlich betonte? Weil es doch eher so ist, dass nicht nur hinter jedem erfolgreichen Mann eine starke Frau steht, sondern auch hinter jedem hervorragenden Manager. „Die Chefsekretärin weiß alles“, überschrieb die „ZEIT“ daher zu Recht einen Artikel über den Einfluss der Assistentinnen.

Casanova, George Clooney oder Steve Jobs? Lebenskünstler, Schauspieler, Athlet oder Banker? Frauen-Versteher, Gentleman oder Macho? Hart oder weich? Mit Jeans und Pulli oder Anzug, Hemd und Krawatte? So gesehen also gar nicht so entscheidende Fragen. Wer Weltmeister der Herzen werden will, für den ist es viel wichtiger zu wissen, wo die Fettnäpfchen stehen, interkulturelle Sensibilität zu entwickeln und sozusagen weiblich zu denken. Dazu gebe ich Ihnen im Folgenden einige Tipps, wie Sie auf Geschäftsreisen

die Sympathien der (starken) Frauen gewinnen können – und damit die der erfolgreichen Männer. Aus Platzgründen beschränke ich mich dabei auf drei Länder: die Schweiz, USA und Russland. In den USA und Russland habe ich als ehemalige Diplomaten-Gattin mehrere Jahre gelebt, die Gepflogenheiten in der Schweiz kenne ich ebenso gut, denn sie ist seit Jahren meine Wahlheimat.

Zuvor möchte ich Sie aber noch auf einen anderen wichtigen Punkt hinweisen: Andere Länder und Kulturkreise zu kennen, zu wissen, was die Gastgeber in punkto Sitten und Bräuche erwarten, ist nur eine Seite der Erfolgsmedaille. Das hilft Ihnen alles nichts, wenn Sie nicht 1000-prozentig hinter dem stehen, was Sie tun. Das richtige Benehmen, die Etikette ist eine wichtige Aktion. Zum echten, nachhaltigen Erfolg wird sie aber nur, wenn Sie lieben, was Sie tun und deshalb vollkommen darin aufgehen. In weitergehenden Studien habe ich mich daher noch mehr mit der Ausstrahlung und deren Zusammenhang mit Erfolg und Glück befasst. Dabei hat sich gezeigt, dass die Menschen, die diese ganz besondere Art der Ausstrahlung hatten, auch besonders gut bei anderen ankamen – vor allem dann, wenn ihr Auftreten stimmte, beziehungsweise stimmig war. Diese Ausstrahlung, auch Charisma genannt, ist unter anderem zurückzuführen auf den Erfolg, den diese Menschen beruflich und auch privat errungen haben, weil sie das, womit sie sich beschäftigen, gerne tun. Ich habe bewusst Beschäftigung geschrieben, denn als Arbeit im Sinne von Mühe möchte ich dies dann nicht bezeichnen: Wenn man etwas gerne tut, dann macht man es immer, egal ob in der offiziellen Arbeitszeit oder außerhalb. Man merkt gar nicht, dass man eigentlich arbeitet, ist entspannt. Es macht einem nichts aus zu arbeiten. Dies gilt nicht nur für Selbstständige oder Freiberufler, sondern auch für die Menschen, die in einem Angestelltenverhältnis stehen, aber das Glück haben, in ihrem Unternehmen entsprechende Wertschätzung zu bekommen. Mein Motto: „Tue was du liebst, und du musst nie mehr arbeiten!“

Glauben Sie mir also: Wenn Sie lieben, was Sie tun, bekommen Sie das gewisse Etwas in Ihrer Persönlichkeit, das Erfolgsmenschen eben nun mal haben. Ihre Verhandlungspartner und Gastgeber (be)merken das, wenn nicht bewusst, so doch unbewusst. Da ist dann etwas Unwiderstehliches. Es kommt ein Automatismus in Gang. Sie sind im Fluss. Der Spaß, den Sie haben, weil Sie Ihre Arbeit gerne tun, überträgt sich, es entsteht eine besondere Atmosphäre, in der alles von alleine gelingt, in der Arbeit gar nicht mehr als solche empfunden wird. Wenn Sie also Ihrem Herzen folgen, dann wissen Sie, was wirklich zählt im Leben. Und sie lieben, was Sie tun. Ihre Gesprächs- und Verhandlungspartner werden Sie dafür schätzen. Zu wissen, wie man sich kleidet und gibt, tut dann nur noch ein Übriges. In diesem Sinne: Viel Erfolg beim Erobern der Herzen!

2.1 Die Schweizer: Kantig, direkt, ehrlich?

Im Online-Forum der Schweizer Boulevard-Zeitung „Blick“ ging es heftig zur Sache. „Ich würde es mal so sagen: In der Schweiz ist nicht nur der Gastgeber König, sondern auch das Personal meint schon, es sei ein kleiner König“, kommentierte dort eine Leserin einen

Beitrag über ein verbales Scharmützel zweier Tourismus-Chefs – der eine aus Österreich, der andere aus der Schweiz. Sie erhielt darauf enorme Resonanz: Über 1800 Diskutanten stimmten per Klick auf den Like-Button – das ist jenes kleine Symbol mit dem Daumen nach oben – zu, nur rund 250 senkten den Daumen. Wohlgemerkt: Diese dermaßen oft geteilte Meinung stammt von einer „Blick“-Leserin aus dem Schweizer Ort Chur, also einer Einheimischen. Nestbeschmutzung oder einfach nur nüchtern ausgedrückte Realität? Die Schweizer also ein Volk von Muffeln und Majestäten? „Sie sind nur freundlich, wenn sie sich von ausländischen Geschäftsleuten einen vorteilhaften Deal erhoffen“, schimpfte einmal ein Bekannter aus Deutschland, der häufig in der Schweiz zu Gast ist. Er behauptet, dort fast nur schlechte Erfahrungen gemacht zu haben – bis hin zu Pöbeleien auf offener Straße, wenn die Einheimischen ein deutsches Autokennzeichen erkannten. Sein Fazit: „Die Schweiz suche ich nur auf, wenn es sich aus geschäftlichen Gründen durch nichts vermeiden lässt.“

Wenn er meint ... Ich jedenfalls lebe gerne bei und mit den Schweizern – und sage es daher mal so: Da hat einer einfach mal kräftig Dampf abgelassen. Alles eine Frage des Blickwinkels – außer es geht um die Schönheit der Natur: Die Gipfel der Schweizer Alpen sind ein Wander-, Ski- und Snowboardparadies. Sie bieten immer einen traumhaften Blick, egal aus welchem Blickwinkel.

Ausländern gegenüber haben die Schweizer allerdings, so scheint es, tatsächlich eine geteilte Meinung. Bei der Volksabstimmung über die Einwanderung im Jahre 2013 gab es eine klare geographische Teilung am sogenannten Röstigraben (so nennt der Volksmund die Sprachgrenze zwischen der deutschen und der französischen Schweiz). Ja, man ist schon auf die Einwanderer angewiesen; besonders die Fachkräfte aus dem „großen Kanton“ sind sehr beliebt und gerade in der Ostschweiz, wozu auch das Züricher Gebiet gehört, geschätzt. Die insbesondere in der Zentralschweiz mehrheitlichen Gegner starker Immigration weisen dagegen auf eine für die kleine Schweiz fast unzumutbare Flächenüberbauung hin, die durch den Zustrom von 1,1 Millionen Immigranten erforderlich wird.

2.1.1 Bleiben Sie ruhig!

Ein Vorurteil hält sich allerdings hartnäckig in der gesamten Eidgenossenschaft: das von den „schreienden Deutschen“. Lautstärke und Auffälligkeit im Auftreten und Benehmen fällt in der ruhigen, diskreten Schweiz sehr auf – und zwar äußerst negativ. Die Schweizer sind ein bescheidenes und ruhiges Völkchen. Sie stellen sich nicht gerne in den Vordergrund und leben nach dem Motto: „Weniger ist mehr“. Zumindest vorgeblich. Man hat, aber zeigt es nicht. Und schon gar nicht redet man darüber. Herumzuprahlen wie jener Protz in der fast schon legendären Sparkassen-Werbung („Mein Haus, mein Boot, mein Auto“), kommt gar nicht gut an in der Schweizer Damenwelt, schreien schon gar nicht. Der wahre Gentleman ziert sich in der Schweiz mit Bescheidenheit. Oder hält sich an die alte Regel: „Der kluge Mann schweigt.“ Und landet dann den Überraschungscoup, indem er einfach mal auf sein Boot auf dem Züricher See einlädt und die Dame mit dem Cabrio

abholt. Solches Understatement lieben die Schweizer. Das einzige Statussymbol, das der Schweizer tatsächlich oft noch offen trägt und zeigt, ist seine Armbanduhr. Diese ist aber keine persönliche Angeberei, sondern wiederum ein patriotisches Statement für die ganze Schweiz als Weltmarktführer der Uhrenindustrie. Dazu dient aber nicht die protzige Rolex-Uhr, die überwiegend von Kellnern demonstrativ und deshalb gut sichtbar am rechten Handgelenk getragen wird, wenn sie den Block zücken und die Bestellung aufnehmen. Der Mann von Welt trägt vielmehr z. B. Maurice Lacroix, IWC oder Patek Philipp. Das passt zum obligatorischen Understatement, weil man solchen Uhren den Preis nicht ansieht und nur der Experte den wahren Wert kennt.

Das führt mich nun zu der Frage: Durch welche Äußerlichkeiten lässt der bescheidene Mann in der Schweiz seine inneren Werte erstrahlen? Und was macht ihn liebenswert für die Frauenwelt? Eine Freundin aus Hamburg brachte es, als gerade eine Maschine der Fluggesellschaft Swiss aus Zürich kommend in der Hansestadt landete, folgendermaßen auf den Punkt: „Jetzt kommen wieder die schicken Schweizer“. Sie meinte Männer, die Eleganz und Männlichkeit ausstrahlen. Mit einem klassischen, aber modischen Anzug, geprägt von italienischer Eleganz, entspricht man dem Bild von Sicherheit – nicht nur als Banker. Männer, die zum Beispiel durch ihren Gang und ihre Körperhaltung souverän auftreten. Oft wird dem Schweizer nachgesagt, er sei langsam. Wenn Langsamkeit das Gegenteil von Hektik und Stress ist, dann stimmt das auch tatsächlich. In der Schweiz schätzt man ausgeglichene, nicht aus der Ruhe zu bringende Menschen mit einer entsprechend gelassenen und doch kontrollierten Körperhaltung. Diese Eigenschaften strahlen ebenso Sicherheit aus wie ein ruhiger Gang. Rennen Sie also, wenn Sie sich in der Schweiz aufhalten, bloß nicht hektisch und gestresst wirkend herum.

2.1.2 Drei Küsschen in Ehren: Anrede/Begrüßung

Auch wenn der Schweizer zunächst distanziert erscheint: Begrüßung und Anrede verlaufen überaus herzlich. Bei beruflichen Kontakten beschränkt man sich auf das Schütteln der Hände, kennt man sich aber schon ein wenig besser und besonders bei Privatkontakten, dürfen es auch mal Wangenküsschen sein. Dabei fallen Ausländer oftmals dadurch auf, dass sie nach dem zweiten Kuss – linke Backe, rechte Backe – abbrechen. Dabei sind in der Schweiz diesbezüglich aller guten Dinge drei: Der Schweizer begrüßt seine lieben Freunde und guten Bekannten mit drei Wangenküssen: links, rechts, links. Oder frei nach einem biblischen Ratschlag: „Hält dir ein Schweizer die linke Backe hin, so biete ihm auch die rechte und dann noch mal die linke an.“ Als Mann von Welt, der für sich in Anspruch nimmt, die Sitten der Schweizer zu kennen, sollten Sie dies unbedingt auch tun – das zeugt von echtem Verständnis, Kultur-Kenntnissen und guten Umgangsformen.

So, jetzt haben Sie also drei Küsschen verteilt. Doch was dazu sagen? Nun, die Anrede ist genauso unkonventionell wie die Begrüßung. Ein freundlich-lockeres „Grüezi“ ist auch bei Unbekannten beziehungsweise geschäftlichen Begrüßungen vollkommen ausreichend.

In Deutschland wäre bei Geschäftspartnern ein dem „Grüezi Frau/Herr ...“ entsprechendes, schlichtes „Hallo“ ein Etiketten-Verstoß. Hier ist als Begrüßung unbedingt das streng formale „Guten Tag Frau/Herr ...“ zu wählen. In der Schweiz ist zudem oft auch die Floskel „Grüezi wohl“ zu hören. Diese wird besonders dann angewandt, wenn man jemanden im Vorbeigehen begrüßt, oder, natürlich ohne Namenszusatz, bei Unbekannten. Ein Einzelner begrüßt eine Gruppe immer mit „Grüezi wohl miteinander.“

Insgesamt gilt, Reserviertheit hin, Freundlichkeits-Diskussion her: Die Schweizer sind sehr höfliche Menschen.

2.1.3 Bloß nicht mit der Türe ins Haus fallen: Das Gespräch

Bevor Sie tiefer in ein Gespräch einsteigen oder auch in gesellschaftlichen Runden ist es üblich, mit ein bisschen Smalltalk zu beginnen. Doch Vorsicht! Auch hier sollten Sie Ihre Worte wohlfeil wählen. Das falsche oder ein ungeeignetes Thema kann das gesamte nachfolgende Gespräch oder auch Verhandlungen negativ und nachhaltig beeinflussen. Diesbezüglich sind die Schweizer sehr sensibel. Meiden Sie vor allem das mit Vorurteilen behaftete Thema Geld. Das sollten Sie immer im Hinterkopf behalten. In Deutschland neigt man ja dazu, die Schweiz als eine Art Paradies zu betrachten, in dem Milch und Honig aus dem Wasserhahn fließen und alle die Taschen voller Alpen-Dollars haben. Auf meinen Auslandsreisen (ich lebe in der Schweiz) höre ich oft die Behauptung, dass für mich der Aufenthalt im europäischen Grenzland ja besonders günstig sei. Wenn ich schildere, dass auch in der Schweiz nicht jeder im schmucken Eigenheim wohnt, ernte ich regelmäßig erstaunte Blicke. Gerade in städtischen Regionen ist eine Immobilie um ein Mehrfaches teurer als zum Beispiel in Deutschland. Und so kann auch der gut verdienende Kollege durchaus in einer kleinen Mietwohnung leben – und für diese zahlt er unter Umständen zwei- bis dreimal so viel Miete als für eine vergleichbare Wohnung in Deutschland. Da bleibt am Ende vom höheren Lohn, von mehr Netto vom Brutto nicht mehr viel übrig.

Also, pst, sprechen Sie Ihren Schweizer Gesprächspartner bloß nicht auf Geld oder das höhere Lohn-Niveau in seinem Land an. Absolutes No-go in der finanziell so verschwiegene, diskreten Schweiz! Ebenso wie übrigens auch Politik und Religion.

„Ja, meine Güte, kann ich denn in der Schweiz nur übers Wetter reden, oder was?“, werden Sie jetzt vielleicht fragen. Doch, nein, ganz so ist es nicht. Nutzen Sie doch einfach den Stolz der Schweizer auf ihr Land für sich und loben Ihre Gesprächspartner für ihr Land und dessen landschaftliche Schönheiten. Oder sprechen Sie über die vielfältigen, tollen Sport-Möglichkeiten, die dieses bietet. Das zwischenmenschliche Eis schmilzt, wenn Sie über die Schweizer Berge schwärmen. Aber seien Sie nicht enttäuscht, wenn ihr Schweizer Gesprächspartner gesteht, kein Skifahrer zu sein. Oder zeigen Sie diese Enttäuschung wenigstens nicht. Dass man in der Schweiz mit Skiern an den Füßen zur Welt kommt, ist nämlich ein Gerücht. Aber klar: Viele Teile der Schweizer Alpen sind UNESCO-Weltnaturerbe, und die Fahrt mit dem Glacier Express ist ein besonderes Highlight,

was man nicht unerwähnt lassen sollte, wenn man es kennt. Genauso sind Kunst und Kultur geeignete Gesprächsthemen, mit denen Sie punkten können.

Nachfolgend einige Persönlichkeiten, die zu kennen Ihnen im Gespräch mit Schweizern durchaus Sympathien einbringen kann:

1. Friedrich Dürrenmatt (1921–1990), Schriftsteller; bekannteste Werke: „Der Richter und sein Henker“, „Der Besuch der alten Dame“, „Die Physiker“.
2. Max Frisch (1911–1991), Schriftsteller; bekannteste Werke: „Biedermann und die Brandstifter“, „Andorra“, „Homo Faber“. Züricher Bürger freuen sich besonders, wenn sie über die Max-Frisch-Stiftung, die jährlich einen Schriftsteller-Preis für den deutschsprachigen Raum vergibt, im Bilde sind. Weitere Sympathiepunkte bei kulturell interessierten Zürichern bringt es Ihnen ein, wenn Sie wissen, dass Max Frisch in seiner weniger erfolgreichen Zeit als Architekt das sehr schöne Züricher Freibad „Letzigraben“ entworfen hat. Dieses Freibad hat er mit dem Gartenarchitekten Gustav Amman geplant. Die besondere Architektur vermittelt eine Ferienstimmung und grenzt sich so von den gewöhnlichen Massenbädern ab. Der „Letzigraben“ ist bei Einheimischen und Gästen gleichermaßen beliebt.
3. Paul Klee (1879–1940), impressionistischer Maler und Mitarbeiter am Bauhaus, in der Schweiz geboren und gestorben. Das „Zentrum Paul Klee“ in Bern bietet wechselnde Ausstellungen aus seinen Werken. Ein Ausflug nach Bern inklusive Besuch der Ausstellung lässt die Herzen kulturraffiner Frauen höher schlagen.
4. C. G. Jung, (1875–1961) Psychotherapeut, wurde in Kesswil auf der Schweizer Seite des Bodensees geboren, lebte und praktizierte viele Jahre in der Gemeinde Küsnacht an der sogenannten Goldküste des Züricher Sees. Die C. G.-Jung-Gesellschaft mit Weiterbildungsveranstaltungen und Vorträgen für die Öffentlichkeit hat in Zürich ihren Sitz.
5. Henri Nestlé (1814–1890), Industrieller; Hersteller von Kondensmilch, Kindermilchpulver, diätischen Lebensmitteln.
6. Gottlieb Duttweiler (1888–1962), Kulturförderer; Gründer von Migros, dem größten Detailhandelsunternehmen der Schweiz und des Gottlieb-Duttweiler-Instituts für wirtschafts- und sozialpolitische Fragen.

2.1.4 Pünktlich wie die Schweizer Uhr: Wesensarten und Werte

Auch in der Schweiz gilt der Spruch: „Pünktlichkeit ist die Höflichkeit der Könige.“ Es liegt vielleicht an der sprichwörtlichen Präzision der Schweizer Uhren, dass Pünktlichkeit als die Tugend schlechthin bei den Alpennachbarn gilt. Das geht so weit, dass ich Ihnen rate, lieber sogar ein paar Minuten früher zum Termin zu erscheinen. Damit bekunden Sie Respekt und sind auf jeden Fall als erster da. Denn der Schweizer nimmt es bei Terminen sehr genau: Wenn Sie 16 Uhr vereinbart haben, kommt er nicht um 16 Uhr, sondern „am viertel“. „Um“ ist ihm zu vage. Schweizer sind Meister darin, den Tagesablauf detailliert

zu planen und zu organisieren. Das Land empfinde er wie eine „fertiggebaute Modelleisenbahn-Anlage, in der alles wunderschön arrangiert und gepützelt aussieht“, spottete der Schauspieler Dieter Moor einmal über die fast schon penetrante Genauigkeit seiner Landsleute. Auch Sie sollten daher penibel auf ihre Termine vorbereitet sein.

- Noch ein Tipp von mir: Wenn Sie bei Schweizern eingeladen sind, dann zeigen Sie bitte nicht beim Gastgeschenk. Die Schweizerin liebt hier die Großzügigkeit, beispielsweise ein üppiges, teures Blumenarrangement.

2.1.5 Verstehen reicht: Die Sprache(n)

Die Schweiz ist in drei Sprachzonen aufgeteilt: Die Deutschschweiz, die sich zum größten Teil von der Ostgrenze bis zum sprichwörtlichen Röstigraben erstreckt, der sich wiederum westlich von Bern über Biel, Freiburg, das Westjura bis zum westlichen Teil des Wallis zieht. Westlich des Röstigrabens beginnt die französische Schweiz; Bern und Biel zum Beispiel sind zweisprachig. Im Süden (Tessin) wird Italienisch gesprochen. In der Schule werden Schweiz-weit alle drei Sprachen gelehrt, so dass Sie keine Verständigungsschwierigkeiten befürchten müssen. Allerdings wird es Ihnen hoch angerechnet, wenn Sie die jeweilige Kantonssprache zumindest rudimentär beherrschen. Oft sprechen Westschweizer oder Tessiner fast kein Deutsch. In den deutschsprachigen Kantonen wird „Schwyzer Dötsch“ gesprochen. Die Mundart klingt in den unterschiedlichen Regionen auch unterschiedlich und ist für Zugereiste und Gäste nicht nachsprechbar. Nicht nur deshalb warne ich davor, sich aus Höflichkeit und Respekt im Regio-Dialekt zu versuchen. Damit können Sie sich nur blamieren. Selbst Deutsche, die lange in der Schweiz leben, schaffen es kaum, eine Unterhaltung auf „Schwyzer Dötsch“ zu führen. Sie ernten von ihren Schweizer Freunden meist nur ein müdes Lächeln. Sympathiepunkte bringt das nicht. Sehr wohl aber, wenn Sie ihren Schweizer Freunden oder Geschäftspartnern erlauben, in ihrer Mundart zu sprechen. Sie müssen das aber natürlich auch verstehen und der Unterhaltung mühelos folgen können.

2.1.6 Wohl bekomm's! Essen und Trinken

Auch hinsichtlich der Tischsitten sind die Schweizer eher konservativ. Es gelten im Wesentlichen die gleichen Regeln wie in Deutschland. Der Gastgeber eröffnet das Essen mit einem „Guten Appetit“; ansonsten wird auf diese Floskel nahezu überall verzichtet. Sie stoßen an mit „Prost“ oder „zum Wohl“; in der französischsprachigen Schweiz sagt man „à votre santé“, in den „italienischen“ Landesteilen „salute“. Es ist üblich, beim Antrinken des Weins mit den Gläsern an deren oberen Rand anzustoßen und den Trinkspruch zu sagen. Diese Zeremonie wird auch bei alkoholfreien Getränken gepflegt. Seien Sie also nicht „geizig“ mit dem Anstoßen!

Auch für ihren Käse sind die Schweizer berühmt. Er ist ein Markenzeichen des Landes. Und doch sind die Schweizer deshalb nicht, wie es das Klischee vermitteln will, tägliche oder bloße Raclette-, Fondue- und Rösti-Esser. Um noch einmal zum Vergleich auf die Schwaben zurückzukommen: Die Schwaben also essen ja auch nicht nur Spätzle, nur weil sie ein Markenzeichen der dortigen Küche sind. Und so genießen die Schweizer genauso gerne das asiatische, italienische oder deutsche Essen – so sie es denn in guter Qualität erhalten.

Aber klar: In der ganzen Schweiz liebt man das Fondue. Dieses ist eine Mischung aus geschmolzenem Käse, Weißwein und Kirschwasser. Die Eidgenossen sind stolz auf ihre besonderen Käsemischungen, für die sie oft ein Geheimrezept haben. Es kommt also durchaus an, die raffinierte Käsemischung zu loben. Im Sommer freut sich das „Grillieren“ großer Beliebtheit. Bei Privateinladungen gibt es Fleisch, Gemüse und andere Köstlichkeiten vom Holzkohle- oder Gas-Grill, auch bei halboffiziellen Einladungen.

Sie können sich als besonderer Gast der Familie fühlen, wenn Sie von Ihren Schweizer Freunden zum „Grillieren“ am Nationalfeiertag, dem 1. August, eingeladen werden. Diesen Tag feiert der Schweizer meist im Kreis seiner Familie auf einer Wiese beziehungsweise einem Grillplatz in freier Natur.

2.2 Die Russen: Menschlich, authentisch, herzlich

Zwischen meinem ersten und bislang letzten Moskau-Aufenthalt lagen insgesamt 15 Jahre. In dieser Zeit hat sich hinter dem ehemals Eisernen Vorhang politisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich viel verändert. Die Menschen, ihre Sitten, Gebräuche und (Alltags-) Kultur sind jedoch gleich geblieben.

Betrachtet man die Geschichte Russlands, dann erkennt man, dass die Menschen schon immer der politischen Willkür ausgesetzt waren. Das prägte auch den Umgang der Menschen miteinander und deren Sitten. Der politische Druck und die Einschränkungen der Freiheit in der ehemaligen Sowjetunion ließen die Menschen zurückhaltend, scheu und ängstlich im Umgang mit Fremden werden. Das vom Regime verhängte Kommunikationsverbot der Bürger mit Ausländern tat dazu ein Übriges. Trotzdem habe ich – besonders während meiner Reisen in die südlichen Republiken in den 1980er-Jahren – eine Neugierde gegenüber Fremden und die für Russen typische Wärme, Herzlichkeit und große Gastfreundlichkeit feststellen können. Diese Eigenschaften sind es, von denen auch heute noch meine Beziehungen zu Russen geprägt sind – zumindest die privaten.

2.2.1 Blick ins Familienalbum: Das Geschäftsleben

Die Auflösung der Sowjetunion und die Öffnung des Landes haben dazu geführt, dass die Russen sehr weltoffen geworden sind. Die Umgangsformen in Russland gleichen sich folglich immer mehr denen der westlichen Welt an. Im Geschäftsleben verhält man

sich grundsätzlich konservativ-zurückhaltend, wodurch der Russe im ersten Augenblick etwas distanziert erscheint. Dies sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass in Russland der persönliche Eindruck, den man von einem Geschäftspartner hat, sehr wichtig ist beziehungsweise emotionale Aspekte die Geschäftsbeziehung beeinflussen. Sobald der Russe Sie etwas besser kennt, ist das Eis gebrochen und er zeigt sich sehr menschlich. Da kann es passieren, dass man sich auch im Geschäftsleben freundschaftlich auf die Schulter klopft oder auch umarmt, wenn man sich sehr gut kennt. Solche Körperkontakte zeugen von Vertrauen. Wenn Sie ehrliches und persönliches Interesse an den Menschen zeigen, dann werden Sie hoch angesehen. Das geht so weit, dass guten Geschäftspartnern sogar zum Beispiel Familienfotos gezeigt werden oder Sie gar in die Familie zum Essen eingeladen werden. Menschlichkeit und Herzlichkeit stehen im Vordergrund. Mein Tipp deshalb: Seien Sie einfach so, wie Sie sind. In Russland können Sie mit Authentizität und einem selbstbewusst-freundlichen, sachlichen Auftreten Vertrauen gewinnen. Lassen Sie sich nicht von den peinlichen Auftritten neureicher Russen in Luxus-Urlaubsresorts täuschen. Diese sind nicht repräsentativ für das gesamte Land. Im Gegenteil. Geben Sie sich daher bescheiden und betreiben Sie Understatement. Sie kommen gut an, wenn Sie bei Ihren Geschäftspartnern Ihre wirtschaftlichen Erfolge nicht zur Schau stellen.

Die Kleidung für den Herrn ist dezent-zurückhaltend und ohne schrille Farben. Zudem legen die Russen Wert auf gute Schuhe. Das hat historische Gründe, weil diese in der Sowjetunion als Importware kaum zu bekommen waren. Daher zeugt der Herr, der gute Schuhe trägt, von Wohlstand und Status.

Das Straßenbild in den größeren Städten ist geprägt von sehr eleganten und gestylten Damen. Sie sind meist stark geschminkt mit kräftigem Lippenstift und Rouge und sehr oft auf Stöckelschuhen unterwegs. Da könnte man glatt die über Filme und Medien kolportierten Vorurteile bestätigt sehen. Doch das ist unangebracht. Es ist einfach nur so, dass die russischen Frauen größten Wert auf ein gepflegtes, schickes und feminines Äußeres legen. Auch im Geschäftsleben bevorzugen sie daher klassische, nicht zu kurze Röcke und hohe Schuhe. Die Frauen mit Respekt und Höflichkeit zu behandeln, ist selbstverständlich.

Übrigens: Trotz dieser Vornehmheit ist es im Winter durchaus üblich, zu Veranstaltungen, privaten Einladungen oder ins Büro mit dicken Winterstiefeln zu kommen. Vor Ort werden diese dann aber gegen die leichten Straßenschuhe, die man in einer Tasche mit sich trägt, ausgetauscht. Daran sollte man sich also nicht stören.

2.2.2 Keine Angst vor Nähe: Anrede und Begrüßung

Grundsätzlich gelten für die Begrüßung in Russland die gleichen Regeln wie bei uns. Die Distanzzonen sind allerdings kleiner als zum Beispiel in Deutschland. Bei privaten Begegnungen und auch unter guten Geschäftspartnern begrüßt man sich gerne mit Umarmung

und Küssen auf die Wange. Zucken Sie also nicht zurück, wenn Ihr russischer Geschäftspartner Sie an sich drücken möchte. Es zeugt von guten Beziehungen und Vertrauen!

Wenn sich Ihnen ein russischer Bekannter oder Geschäftspartner vorstellt, dann wird er dies immer mit seinem Vor- und Vatersnamen tun. Wundern Sie sich also nicht, wenn der Familienname, der Ihnen möglicherweise bekannt ist, nicht genannt wird. Der Vatersname ist bei den Russen sehr wichtig. Sie erkennen diesen an dem Zusatz „-witsch“ bei Männern beziehungsweise „-owa“ bei Frauen. Gebildet wird der Vatersname durch das Anhängen dieses Zusatzes an den Vornamen des Vaters. Bei der Anrede wird „Herr“ (Gaspadin) oder „Frau“ (Gaspascha) weggelassen, also nur Vor- und Vatersname genannt.

Doch Vorsicht! Das alles heißt nicht, dass Sie nun gleich auf Anhieb per Du sind. Sie sollten daher trotzdem beim Sie bleiben und sich mit Vor- und Zuname vorstellen.

2.2.3 Sei umarmt, mein Freund! Die Körpersprache

Russen rücken näher zusammen. Das heißt wie gerade bei der Begrüßung schon erwähnt: Die Distanzzonen sind kleiner und eher vergleichbar mit Südeuropäern. In Russland umarmt man sich gerne oder klopft sich auf die Schulter – nicht nur unter Freunden. Wird solche körperliche Nähe unter Geschäftspartnern gezeigt, dann kann man davon ausgehen, dass die Verhandlungen positiv verlaufen sind.

Auch das Lächeln ist positiv zu bewerten. US-Amerikaner lächeln sehr oft in einer Geschäftsbesprechung. Das hat dann aber nichts zu bedeuten. Russen dagegen lächeln weniger. Dafür ist es ehrlich und positiv gemeint.

2.2.4 Bleiben Sie seriös! Das Gespräch

Sachlich und zurückhaltend, wenig Komplimente und keine Kritik am Gastland: Das sind die wesentlichen Regeln für den Smalltalk in Russland. Man redet nicht über Geld, die politischen Missstände im Land oder das Wetter. Kommt der Russe allerdings von sich aus auf die Familie zu sprechen, dann wissen Sie, dass seine Sympathie auf Ihrer Seite ist.

Zurückhaltung ist auch in einer anderen Beziehung anzuraten: Russinnen fühlen sich oft unbehaglich, wenn sie Komplimente erhalten, da sie es nicht gewohnt sind. Sie lieben die Zurückhaltung. Süßholz zu raspeln ist also zwar gut gemeint, verfehlt aber meist die Wirkung.

Ruhig aus sich herausgehen dürfen Sie dagegen in kultureller Hinsicht: Russen freuen sich über das Lob ihrer Kultur, wie zum Beispiel die großen Werke ihrer Komponisten. Bei den Damen machen Sie sich äußerst beliebt, wenn Sie etwa von Ihrem Besuch im Bolschoi Theater in Moskau erzählen können, von „Schwanensee“, „Dornröschen“ oder dem „Nussknacker“ von Pjotr Tschaikowsky.

2.2.5 Alles kommt auf den Tisch! Essen und Trinken

Auch in diesem Punkt muss ich die große Gastfreundlichkeit der Russen loben. Wenn Sie zu Ihren russischen Freunden oder Geschäftspartnern eingeladen werden, dann wird alles aufgetischt, was die Hausfrau zu bieten hat. Das ist generell so. Deshalb wird jede Einladung zu einem wahren Festmahl. Aber auch im Restaurant lässt man sich nicht lumpen und es wird reichlich bestellt. Sie sollten also mit genug Appetit zum Essen kommen, wenn Sie eingeladen werden.

Die klassische Menüfolge Vor-, Haupt- und Nachspeise kennen die Russen nicht. So es diese doch gibt, dann ist sie vom Westen übernommen. Es ist üblich – besonders bei Privateinladungen – dass alle Gerichte auf einen Tisch gestellt werden und man sich davon bedient, so wie es einem schmeckt. Fleisch als Tellergericht ist in Russland nicht üblich. Ob das ein Relikt aus kärglichen bäuerlichen Zeiten ist oder an der Fleischknappheit während der Sowjetregierung liegt, sei dahingestellt. Auf dem üppig gedeckten Tisch – man hat manchmal den Eindruck, dass sich dieser unter der Schwere der Speisen biegt – gibt es von unserer Warte aus betrachtet, überwiegend Vorspeisen. Die russischen Suppen „Soljanka“ (Kohlsuppe mit Fleisch oder Fisch) und „Borschtsch“ (Gemüsesuppe mit Fleisch und Roter Bete) serviert mit dickem Sauerrahm sind sehr nahrhaft und werden oft schon als Hauptspeise angeboten. Daneben werden „Pelmeni“, mit Fleisch oder Fisch gefüllte Teigtaschen, sauer eingelegtes Gemüse, wie zum Beispiel Kohl, Gurken oder Peperoni aufgetischt. Bei besonderen Feierlichkeiten oder wenn es das Budget erlaubt, gibt es auch Kaviar. Diesen isst man traditionell auf sogenannten „Blinis“. Das sind kleine Buchweizenpfannkuchen. „Blinis“ gibt es mitunter mit Marmelade auch als Dessert. Zu beiden wird „Smetana“ gereicht, also fettreiche, saure Sahne. Alternativ isst man Kaviar auf einem Butterbrot (dunkles russisches Vollkornbrot) oder Toast. Eine russische Spezialität ist „Julienne“, ein mit Rahm überbackenes Pilzgericht, das in einer kleinen Metallpfanne serviert wird oder schon auf dem Tisch steht. Dieses Gericht wird – auch im Restaurant – direkt aus dem Pfännchen gegessen.

Erfolgt die Einladung ins Restaurant, dann ist das Menü nach westeuropäischem Vorbild dreigeteilt in Vor-, Haupt- und Nachspeise. Eine bei Russen beliebte Nachspeise ist das „moroschonje“ genannte Eis. Die Russen lieben dieses zu allen Jahreszeiten, was man an den Eisständen, die überall aufgestellt sind, erkennen kann.

Mein Tipp

Beginnen Sie nie mit dem Essen, bevor der Gastgeber Sie mit „Prejatnaja apetita“ dazu aufgefordert hat. Wundern Sie sich nicht, wenn Sie von ihren russischen Gastgebern ständig und hartnäckig gebeten werden zuzugreifen. Es ist nicht nur die Gastfreundschaft, sondern auch Gewohnheit oder einfach nur Formalität. Denn die Russen tun das untereinander auch ständig.

2.2.6 Alles Wodka, oder was?

Abschließend noch zum Klischee, demzufolge die Russen angeblich bei jeder sich bietenden Gelegenheit Wodka im Überfluss trinken. Tatsächlich ist es so, dass die meisten Alkohol gewohnt sind. Zu Sowjetzeiten war es üblich, dass sich drei Männer an einer Ecke zusammenfanden und sich eine Flasche Wodka teilten – mal eben so zwischendurch. Dies soll Sie jedoch nicht animieren, es den Russen diesbezüglich nachzutun, nur um sich beliebt zu machen. Ein bisschen mittrinken ist aber durchaus angebracht. Denn in Russland gilt das gemeinsame Trinken nicht nur als Bestandteil der Gastfreundschaft, sondern auch als allgemeine Form des Umgangs miteinander. Das Trinken war schon bei Empfängen des Zaren üblich – und ist es auch bei Familienfesten. Bei geschäftlichen Mittagessen halten sich allerdings auch die Russen in punkto Alkoholkonsum zurück. Wein wird jedoch immer gerne zum Essen getrunken.

Bei einem ausgedehnten Abendessen – privat oder im Restaurant – darf der Wodka jedoch keinesfalls fehlen. Sehr große Sympathien können Sie für sich gewinnen, wenn Sie sich dem Wodka-Zeremoniell unterwerfen. Zur Zarenzeit galt in Russland die Regel: „Wer nicht trinkfest ist, hat keinen Platz bei den Russen“. Die Trinkfestigkeit ausländischer Geschäftspartner spielt heutzutage zwar nicht mehr eine so große Rolle wie damals, aber es gehört zum guten Ton und zum Aufbau guter Geschäftsbeziehungen, die Trinksprüche zu erwidern.

Seien Sie also darauf gefasst, dass Ihr russischer Gastgeber die Wodka-Gläser füllen lässt, sein Glas erhebt und einen Trinkspruch ausbringt. Dieser Zeremonie können Sie nicht entkommen! Es wird mit dem Tischnachbarn angestoßen, der Trinkspruch erwidert. Üblich ist zum Beispiel „na sdarowje“ (auf die Gesundheit). Gern werden aber auch persönliche oder auf das Geschäft bezogene Trinksprüche aufgesagt. Sie können hier punkten, wenn Sie schon einen eigenen Trinkspruch vorbereitet haben, etwa auf den Gastgeber oder, sogar sehr gerne, auf die Damen. Danach wird das Wodka-Glas in einem Zug geleert, ohne es abzusetzen! Frauen trinken übrigens ebenfalls mit!

Mein Tipp

Lehnen Sie ein angebotenes alkoholisches Getränk nie ab! Das kann als Beleidigung des Gastgebers ausgelegt werden und ist ein ernsthafter Verstoß gegen die Etikette. Glaubhafte Ausreden wie Hinweise auf Gesundheit, Autofahren, Medikamenteneinnahme oder Religion sind aber zulässig.

Das förmliche beziehungsweise Geschäftsessen wird durch den Gastgeber beendet, in dem dieser sich erhebt und den Tisch verlässt.

2.2.7 Aus alter Tradition: Die Rolle der Frau

Frauen sind auch im Geschäftsleben – was die Umgangsformen betrifft – in traditionellen Rollen verhaftet. Es ist nicht üblich, dass eine Frau die Rechnung im Restaurant bezahlt. Bei geschäftlichen Essen lässt sie das durch einen Mitarbeiter erledigen, falls sie die Gastgeberin ist. Bei privaten Einladungen gibt sie diskret dem Herrn das Geld, damit dieser bezahlen kann, wenn sie die Rechnung übernimmt.

Auch wenn es inzwischen viele erfolgreiche russische Geschäftsfrauen gibt, ist Russland immer noch ein patriarchalisches Land. Frauen werden im Geschäftsleben wie Frauen und nicht wie Geschäftspartner behandelt. Das heißt: Sie haben alle Vorrechte, die sie auch sonst in der Gesellschaft haben. Das ist also anders als in westlichen Ländern, wo Frauen ja im Geschäftsleben gleich behandelt werden sollen oder es nur um die Rangfolge geht. Sie handeln absolut richtig, wenn Sie Ihre russische Geschäftspartnerin nach den gesellschaftlichen Regeln wie eine Frau behandeln. Im Unterschied zu Deutschland bestehen Russinnen im Geschäftsleben auf ihren gesellschaftlichen Vorrechten. Das heißt, dass ihnen bei einem Restaurantbesuch der ehrenvollste Platz zugewiesen wird, also möglichst an der Wand mit Blick ins Lokal. Das gilt auch, wenn die Frau selbst Gastgeberin ist. Und auch am Ein- und Ausgang: Frauen lassen sich von Männern gerne die Türe öffnen. Und sie bezahlen auch beim Geschäftsessen nicht selbst.

Ebenfalls traditionell: Die Dame freut sich in Russland wie anderswo auch über Blumen. Geizen Sie aber nicht, sondern kaufen Sie einen üppigen Blumenstrauß, auch wenn das vor allem im Winter sehr teuer ist! Rosen als Dank für eine Einladung kommen immer gut an und werden auch nicht als Anzüglichkeit empfunden.

2.3 US-Amerikaner: Dress for Success

Ich werde meine Ausführungen zu Amerika praktischerweise auf den Norden beschränken. Denn die Unterschiede zu Mittel- und Südamerika sind noch einmal viel größer, obwohl die Geschäftskontakte dahin in den vergangenen Jahrzehnten stark zugenommen haben.

Im Grunde genommen unterscheiden sich die Amerikaner gar nicht so sehr von uns Europäern, was ja auch nicht verwunderlich ist, stammen ihre Urahnen doch meist vom alten Kontinent. Jedoch kennzeichnet der unerschütterliche und auf Gott bauende Optimismus, Krisen zu bewältigen, immer noch das Wesen der Amerikaner. Unterstützt wird dieses Charakteristikum durch die in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts etablierte gesellschaftliche Vorstellung vom „American Dream“, der jedem Aufstieg und Erfolg verspricht. Die Selfmade-Mentalität der US-Amerikaner ist beispiellos. Der „American Dream“ und die Einwanderer-Mentalität haben die ganze Nation geprägt. Amerikaner sind Fremden gegenüber sehr offen. Auch wenn sie sich als Individualisten sehen, sind sie in vielen Bereichen jedoch konformistischer als Europäer. Dies liegt wiederum oft in der Firmenkultur begründet, die gleichzeitig auch den Lifestyle der Amerikaner beeinflusst.

Alles ist irgendwie Business. Die Regeln der Firmenkultur müssen streng befolgt werden. Das gilt auch für den Dresscode, der in vielen amerikanischen Unternehmen sehr restriktiv ist. So durften im IT-Konzern IBM lange Zeit nur weiße Hemden getragen werden.

Tatsächlich sind die blütenweißen Hemden in den USA auch heute noch wesentlich weiter verbreitet als in Europa. Der dunkle Anzug ist in den meisten traditionellen Berufen Pflicht. Durchaus Usus ist auch die Krawatte, die nur dann abgelegt wird, wenn es der Geschäftspartner vorschlägt. Mit dem Sprichwort „Never underdressed“ können Sie in den USA sehr gut punkten. Das bedeutet: Seien Sie lieber besser angezogen als Ihr Gegenüber. Durch gepflegte und korrekte Kleidung schaffen Sie Vertrauen und gewinnen Sympathiepunkte. Mit korrekter Kleidung werden Sie als kompetent angesehen („Dress for Success“) und ehren gleichzeitig Ihren Gesprächspartner. Das gilt besonders und immer noch in den USA. Stellen Sie sich einfach einmal die umgekehrte Situation vor: Sie kommen in einem „casual“, also eher im lockeren Freizeitlook mit Hose, kariertem Hemd und Blazer in eine Besprechung, in der Ihre Gesprächspartner in dunklen Anzügen mit weißen Hemden und Krawatten sitzen. Sicher möchten Sie in den Boden versinken!

2.3.1 Gentleman gefragt: Der Umgang mit Frauen

Kleider machen Leute: Das gilt auch und besonders im Umgang mit Frauen – nicht nur in den USA. Obwohl der Anteil der Frauen in hohen beruflichen Positionen in den USA sehr groß ist, wird die Frau im Business noch sehr nach gesellschaftlichen Regeln behandelt. Das heißt: Es gibt hier in vielen Situationen keine Trennung zwischen gesellschaftlicher Stellung als Frau und beruflichem Rang. Die Frau wird fast immer als Frau angesehen und entsprechend behandelt. Bevor ich diesbezüglich auf Einzelheiten eingehe, möchte ich nicht unerwähnt lassen, dass Männer vorsichtig sein müssen, um sich nicht den Vorwurf der sexuellen Belästigung einzuhandeln. Das geht in den Staaten sehr schnell ...

Auch wenn sich Frauen in den USA – besonders im Geschäftsleben – meist sehr souverän und oft auch maskulin verhalten, sollten Sie sie immer zuvorkommend und respektvoll behandeln. Das sollten Sie dabei stets beachten:

- Öffnen Sie der Dame stets die Autotür von außen.
- Lassen Sie beim Betreten des Restaurants der Dame immer den Vortritt, auch wenn sie nicht die Ranghöchste ist.
- Warten Sie bei der Begrüßung, bis die Dame Ihnen die Hand reicht – auch wenn sie (geschäftlich) nicht die Ranghöchste ist. Schauen Sie ihr dabei unbedingt in die Augen!

2.3.2 Auf Du und Du: Anrede/Begrüßung

Bei der Begrüßung eines Ihnen unbekannten Geschäftspartners sollten Sie sich formell mit Vor- und Nachnamen vorstellen: „Good morning/afternoon/evening, My name is ... Good

to meet you“. Beim zweiten Mal oder wenn Ihr Geschäftspartner Sie schon kennt, wird er Sie sehr wahrscheinlich nur mit dem Vornamen ansprechen. Das ist dann in Ordnung so. Sie können den Gruß auf dieselbe Weise durch Anrede mit dem Vornamen erwidern. Lassen Sie sich aber nicht täuschen! Diese Geste ist nicht automatisch ein Freundschaftsangebot. Wenn man sich auf der gleichen geschäftlichen Ebene unterhält, ist die Anrede mit dem Vornamen durchaus üblich. Dies bedeutet allerdings nicht, dass die Distanz aufgehoben ist. Also nicht als Kumpelhaftigkeit werten! Die Distanzzonen sind, im Gegenteil, sogar größer als in Europa: Ein kurzer, fester Händedruck zeugt von Souveränität und ist in jeder Situation angemessen. Augenkontakt ist bei der Begrüßung und auch im weiteren Gespräch sehr wichtig. Die Distanz beträgt – wie auch in Westeuropa – eine Armlänge. Diese sollte nie unterschritten werden.

2.3.3 Auf des Messers Schneide: Tischmanieren

Im Wesentlichen gleichen die Tischsitten der Nordamerikaner denen bei uns. Es gibt allerdings einen Unterschied, der uns als Westeuropäer befremdlich erscheinen mag: In den USA benutzt man das Messer wirklich nur zum Schneiden der Speisen. Das heißt: Die Amerikaner essen nur mit der Gabel. Diese halten sie in der rechten Hand, es sei denn, sie schneiden Fleisch. Dann nehmen die Amerikaner das Messer in die rechte, die Gabel in die linke Hand, zerschneiden das Fleisch, legen das Messer wieder hin und essen mit der rechten Hand weiter. Sie müssen sich diese Essgewohnheit aber nicht aneignen. Es wird in den USA akzeptiert und toleriert, dass wir Europäer anders mit Messer und Gabel umgehen. Sollten Sie die Speisen zerkleinert auf dem Teller serviert bekommen, dann können Sie diese Gewohnheit selbstverständlich beibehalten, ohne sich genieren zu müssen!

2.3.4 Ein Lob auf den Grill: Feste und Privatfeiern

Ganz sicher haben Sie das Herz Ihrer amerikanischen (Geschäfts)Freunde erobert, wenn Sie zu privaten Feiern nach Hause eingeladen werden. Kommen Sie zu so einem Anlass casual gekleidet! Das heißt: Es darf eine saubere Jeans sein und ein Hemd oder Polo-Shirt sowie Halb- oder Leinenschuhe. Im Sommer tragen die Amerikaner in der Freizeit sehr gerne kurze Hosen und Sandalen. Wenn Sie auch so gekleidet kommen, sollten Sie den Gastgeber schon sehr gut kennen. Es wird im Sommer in den USA sehr gerne gegrillt. Das heißt dort „barbecue“. Die Amerikaner lieben es. Barbecue ist schon fast ein Freizeitsport. Und auch eine Prestige-Sache: Die Grillausrüstung in amerikanischen Haushalten übertrifft manchmal schon die Ausstattung einer normalen Küche. Sie können daher gut punkten, wenn Sie den Grill und dessen Ausrüstung loben – und selbstverständlich auch das Essen!

2.3.5 Süßes oder Saures? Geschenke

Man freut sich in den USA über alles aus Europa! Sicher kommen Sie sehr gut an mit (Schweizer) Schokolade, soweit Sie nicht im Sommer reisen und der Gefahr ausgesetzt sind, dass Ihre Geschenke dahinschmelzen. Wenn Sie Schokolade verschenken, die mit Alkohol gefüllt ist, dann haben Sie unter Umständen einen Volltreffer, denn so etwas gibt es nicht in den USA. Natürlich gehören die deutschen Kuckucksuhren immer noch zu den beliebten Geschenken. Diese eignen sich allerdings nicht als „Mitbringsel“.

Fazit Casanova, George Clooney oder Steve Jobs? Lebenskünstler, Schauspieler, Unternehmer, Athlet oder Banker? Frauen-Versteher, Gentleman oder Macho? Hart oder weich? Mit Jeans und Pulli oder Anzug, Hemd und Krawatte? Der Mann von Welt hat viele Gesichter und weiß sich zu benehmen. Wenn Sie meine Tipps befolgen, dann haben Sie allerbeste Voraussetzungen, bei der Weltmeisterschaft um die (weiblichen) Herzen nicht nur mitzuspielen, sondern dort auch die entscheidenden Punkte zu machen.

2.4 Über die Autorin



Monika Brett Keynote-Speakerin, Autorin und Coach, hat über 15 Jahre in sechs Ländern und auf drei Kontinenten gelebt. Die ehemalige Diplomaten-Gattin kennt die Besonderheiten und Mentalitäten der Menschen in vielen Ländern, ihre kulturellen Unterschiede und Bräuche aus unzähligen Reisen und persönlichen Begegnungen. Sie traf weltbekannte Persönlichkeiten wie zum Beispiel George Bush, Raiza Gorbatschowa u. a., war im Weißen Haus zu Gast und besuchte den russischen Präsidenten Wladimir Putin in seiner Privatdatscha. Die leidenschaftliche Köchin bewirtete über 1000 in- und ausländische Gäste in ihren diplomatischen Haushalten.

Monika Brett hat als Trainerin für internationale Businessetikette für namhafte Unternehmen und in offenen Seminaren ihr Wissen über moderne und interkulturelle Umgangsformen weitergegeben. Mit den lebendigen, humorvollen Schilderungen ihrer Erlebnisse und ihren Vorträgen begeistert und fasziniert sie ein immer größeres Publikum.

Chefsache Männer

Frauen machen Männer erfolgreich

Buchenau, P. (Hrsg.)

2016, XIV, 324 S. 19 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-07509-5