

# Andere Länder – andere Sitten: Business- Etikette im Ausland

| Susanne Helbach-Grosser

Gutes Benehmen hat in einer globalisierten, weltweit verzahnten Unternehmenswelt an Bedeutung gewonnen. Wer im Ausland arbeitet, sollte die kulturell anders gelagerten Verhaltensweisen beherrschen. Sehr viele Länder haben einen viel engeren Benimm-Kodex als wir Deutsche. Da kann man sich schnell viel verscherzen, wenn man mit der deutschen Hopp-Hopp-Mentalität kommt – nach dem Motto: Jetzt aber zur Sache! Internationales Handeln und Verhandeln erfordert Know-how und Fingerspitzengefühl – andere Einstellungen und Marktbedingungen setzen ein Umdenken voraus.

**D**ie ideale Führungskraft ist aufgeschlossen für andere Mentalitäten. Sie besitzt Menschenkenntnis und denkt global. Unternehmen werden heute schon oft von multinationalen Teams geleitet, und die Produktivität hängt auch davon ab, wie sensibel die Menschen miteinander umgehen.

Wenn Repräsentant/-innen aus Wirtschaft und Politik die typischen Quellen der Missverständnisse nicht rechtzeitig erkennen, können schlimmstenfalls Millionen-Aufträge in die Binsen gehen.

## Deutsche sind gern gesehene Gäste

Beruhigend: Deutsche sind in den meisten Ländern gern gesehen. Man schreibt uns Fleiß, Ordnungsliebe, Glaubwürdigkeit und Pünktlichkeit zu. Neben hohen Qualitätsstandards bewerten Ausländer zudem die deutsche Genauigkeit bei der Arbeit positiv. Als unsere negativen Eigenschaften gelten humorloses und arrogantes Auftreten, zu wenig Geduld und Besserwisseri. Verzichten Sie deshalb als obersten Grundsatz auf Kritik am fremden Land! Der Stolz des Ausländers auf sein Land ist nicht zu unterschätzen. Kennen Sie das (Kinder-)Spiel Kofferpacken? Um auf einer Ge-

schäftsreise im Ausland positive Spuren zu hinterlassen, sollten wir im übertragenen Sinne unseren Koffer sehr sorgfältig packen und schauen, was so alles ins (mentale) Handgepäck gehört. Nur allzu leicht können wir uns in den Fallstricken fremder Kulturen verfangen. Jede Nation hat ihre eigenen Vorstellungen und Gesetze. Abgegriffene Klischees genügen nicht für den erfolgreichen Business-Trip. Niemand erwartet, dass wir uns perfekt in den Sitten eines Landes auskennen, je stärker jedoch ein Land noch von seinen Traditionen geprägt ist, desto kundiger sollten wir uns machen. Ob pauschal gereist oder geschäftlich – Botschafter des eigenen Landes sind wir allemal.

## Trennwand zwischen den Businesskulturen

Nach dem amerikanischen Anthropologen Edward T. Hall sind abschlussorientierte Mentalitäten prinzipiell auf ihre Aufgabe fixiert, während beziehungsorientierte Partner eher am Menschen interessiert sind. Beachten Sie deshalb: Konflikte entstehen, wenn abschlussorientierte Exporteure mit beziehungsorientierten Verhandlungspartnern ins

