

Do's and Dont's EU-Knigge

Die neuen EU-Bürger verfügen über unterschiedlichste Mentalitäten und verhalten sich oft überraschend.

Wir sprachen mit Experten darüber, was man bei (Geschäfts-) Kontakten mit den Neuen beachten sollte.

Text: Wolfgang Wirtz



© zefa visual media

Sprache ist verräterisch. So auch im Falle der zehn neuen EU-Länder. Bis Ende April nannten wir sie noch Beitrittsländer. Seit 1. Mai dieses Jahres gehören sie dazu, die noch etwas fremden Verwandten. Oft sprechen wir auch von EU-Osterweiterung – was Zyprioten und Malteser im günstigsten Fall mit einem Achselzucken zur Kenntnis nehmen.

Osten? Politisch korrekt und sperrig sagen wir Ostmitteleuropa. Und damit man das „Osteuropa“ nicht so deutlich hört, verwenden wir häufig die Abkürzung MOEL – mittel-osteuropäische Länder. Oder neudeutsch „New Europe“.

So weit, so bemüht. Und doch verräterisch, wie Ewa Federowicz sagt. Und sie muss es wissen, die gebürtige Polin mit österreichischem Pass und russischer Familie. Die Unternehmensberaterin aus Salzburg empfiehlt im Umgang mit osteuropäischen Geschäftspartnern: „Sie dürfen ruhig Osteuropa sagen.“ Na Gott sei Dank! Das Wort an sich sei nicht beleidigend. „Und wenn es Ihnen dennoch schwer über die Lippen kommt, dann hat es damit zu tun, dass irgendwo in Ihrem Hinterkopf noch Reste der alten Vorurteile stecken.“

Vorurteile? Haben wir doch nicht. Oder doch? Das herauszufinden, kann aber wichtig sein

für den Geschäftserfolg im ..., also gut, Osten – was übrigens auch für Zypern und Malta gilt. „Das Drama liegt darin, dass wir alle unsere eigene Wertewelt als Maßstab nehmen“, sagt Buchautorin („Weltweit verhandeln“) und Verhandlungsexpertin Claudia Daeubner: „Das Anders sein des Anderen wird leider häufig als falsch und nicht als anders gesehen. Die meisten kennen zwar die wichtigsten kulturellen Do's und Dont's, jedoch liegen zwischen Kennen und Können Welten.“

Darauf weist auch Alexandra Cavalieri-Koch vom auf interkulturelle Trainings spezialisierten Beratungsunternehmen LBCnet in Wien hin: „Zunächst müssen wir uns darüber klar werden, dass wir eine eigene kulturelle Brille auf der Nase haben, durch die wir die Welt betrachten.“ Nur wenn man diese erkenne, könne man Unterschiede wahrnehmen, ohne zu werten. Kultur, das sei einfach eine spezifische Art und Weise, Dinge zu tun. „Und

das spiegelt sich in beinahe jeder alltäglichen Aktivität wider“, sagt Cavalieri-Koch. „Ob wir wollen oder nicht.“

Verhandlungsfähigkeit

Wir kommen also nicht darum herum, wieder mit uns selbst konfrontiert zu sein. Frei nach dem Motto: „Wir haben den Feind erkannt. Wir sind's!“ Und müssen befürchten, dass unsere Vorurteile durchschimmern. Also aufgepasst. Denn wenn Menschen von zwei kulturellen „Planeten“ aufeinander treffen, sind Missverständnisse vorprogrammiert. So wie sie der Bestsellerautor John Gray zwischen Mann und Frau beschreibt – Dialoge zwischen Wesen vom Mars und jenen von der Venus. Und keiner versteht den anderen.

Interplanetarische, Pardon: interkulturelle Kompetenzen sind daher gefragt. Also immer schön im Hinterkopf haben, dass unser Gesprächspartner in einem Staatsbetrieb nicht un-

bedingt auch der ist, der entscheidet – das sind oft noch Gremien. Und akzeptieren, dass ein feuchtfrohlicher Abend zur Feier eines Vertragsabschlusses manchmal einfach dazu gehört. Und natürlich wissen, dass der lettische Speerwerfer Janis Lusis der einzige Sportler war, der bisher alle drei olympischen Medaillen (in ebenso vielen Spielen) erkämpfte.

Wenn wir dann auch noch wissen, dass man sich mit Witzen über den Papst in Polen nicht besonders beliebt macht, dann sind wir fit für den Verhandlungs- und Small-Talk-Nahkampf.

Nein? „Wissen allein genügt nicht“, wendet sich Cavalieri-Koch gegen interkulturelle Kochrezepte. „Aber es hilft natürlich“. Allerdings noch viel wichtiger seien persönliche Kompetenzen – wie etwa die Fähigkeit, flexibel zu reagieren. „Wer beim Geschäftsessen am Mittag bereits zum dritten Mal vergeblich versucht, den Vertragsentwurf anzusprechen und sich immer noch darüber wundert, dass sein Gesprächspartner sich nach der Familie erkundigt, der muss lernen, sein Verhaltensrepertoire zu erweitern.“

Die Weigerung unseres soeben beschriebenen Geschäftspartners, beim Mittagessen übers Geschäft zu reden, kann übrigens auch darin begründet sein, dass es mit der persönlichen Chemie noch nicht stimmt. „In den meisten neuen EU-Ländern gibt es eine starke Beziehungsorientierung“, sagt Federowicz. „Erst, wenn auf der mensch-

lichen Ebene alles klar ist, kann man auch über Zahlen reden.“

Also müssen wir jegliche Art von Herablassung und Schulmeisterlichkeit vermeiden. Was uns, seien wir ehrlich, manchmal nicht leicht fällt – wie Unternehmensberater Peter Schneyder sagt: „Mit der Mir-san-mir-Mentalität kommt man im Ausland nicht weit!“

Fauxpas vermeiden

Bescheidenheit ist zwar auch in der Alpenrepublik eine Zier, doch die Menschen in den neuen EU-Ländern reagieren auf solche Herrschaftsattitüden besonders sensibel. „Vielleicht spielt da noch die Geschichte eine Rolle, die lange Zeit aus Sicht der dortigen Länder eine Geschichte der Unterwerfung gewesen ist“, vermutet Federowicz. Und auch Aussagen wie etwa folgende seien Killerphrasen: „Ich bewundere die Leute hier. Im Unterschied zu uns im Westen sind sie viel bescheidener – das müsste unsere Jugend wieder einmal lernen!“

Den einen oder anderen (Fehl-) Tritt ins Fettnäpfchen werden wir wohl auch bei bester Vorbereitung nicht vermeiden können. Sicher in Litauen, vermutet schmunzelnd RZB-Firmenberaterin Diana Zack: „Dort sollte man keine akademischen Titel verwenden.“ Falls doch, muss dies jedoch kein Drama bedeuten, denn wer in Osteuropa ein paar Kulturfehler begeht, wird in der Regel immer noch äußerst liebenswürdig behandelt.

Aber vielleicht wird es in einigen Jahren keine Rolle mehr spielen, aus welchem Land unsere Geschäftspartner kommen. Globalisierung und fortschreitende EU-Integration arbeiten schließlich in diese Richtung. Weit gefehlt, so Daeubner: „Die Welt ist nun mal kein globales Dorf, und der Besucher muss sich – EU hin oder her – den nationalen Gegebenheiten anpassen.“

