

BUSINESS-KNIGGE USA – TEIL 2

Das richtige Auftreten im Unternehmen

Die Initiative ergreifen, sich behaupten, eigenverantwortlich etwas auf die Beine stellen, Leistung erbringen – das sind Werte, die die Arbeitsethik in den USA prägen. Genau wie das Streben nach Chancengleichheit, die mit einer hohen Transparenz einhergeht. Die Bürotüren offen lassen, ohne Unterschied mit jedem Mitarbeiter plauschen, *political correctness* gegenüber Minderheiten walten lassen – das ist im Business selbstverständlich.

Wollen Sie unangenehm auffallen, machen Sie einer Kollegin ein anzügliches Kompliment oder erzählen Sie schenkelklopfend einen Blondinenwitz. Echter Humor hingegen wird hoch geschätzt, Präsentationen und Meetings werden häufig mit einer heiteren Anekdote eingeleitet, um die Zuhörerschaft für sich einzunehmen.

Der gelassene Umgangston könnte vermuten lassen, dass es keine Unterschiede in Hierarchie und Status gäbe. Dieser Schluss ist falsch: Sie werden vielmehr neidlos akzeptiert. Der Gleichheitsgrundsatz schließt Bewunderung für Führungspersönlichkeiten keineswegs aus. Lassen Sie sich durch das flapsige Auftreten mancher Manager, durch Jacketts über der Stuhllehne und Füße auf der Schreibtischplatte nicht zu Nachlässigkeiten verleiten.

Es ist einfacher, Kontakt herzustellen, als diesen aufrecht zu erhalten. Bleiben Sie am Ball, auch was Ihre Selbstdisziplin angeht.

Amerikaner betrachten mit Staunen die Anzahl der Feier- und Urlaubstage in Deutschland, Neid kommt deshalb jedoch keineswegs auf. Erstens weil Neid keine akzeptierte Charaktereigenschaft ist, zweitens weil Leistung über alles geht. Drittens ist die in Deutschland übliche Trennung nach dem Muster „Dienst ist Dienst und Schnaps ist Schnaps“ unbekannt. In den USA können die beiden eine harmonische „Ehe“ eingehen. Komplette Arbeitsteams treiben miteinander Sport oder gehen abends zusammen essen. Sie verbringen sogar das Wochenende zusammen, lassen sich z.B. in einer *Stretched Limousine* von der Wall Street nach Atlantic City bringen.

„Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft“ – Mitbringsel an Geschäftspartner dürfen nicht über 25\$ kosten. Nach einer Einladung, z.B. ins Haus eines Geschäftspartners oder einer Kollegin, einen *thank-you-letter* zu schreiben, ist selbstverständlich. Genauso wie der Austausch von Weihnachtsgeschenken. Doch bitte: keine persönlichen Geschenke für Frauen, keine Spielzeugwaffen für Kinder und für konservative Herren keine Zigarren aus dem kommunistischen Kuba.

Das korrekte Erscheinungsbild

Besucher und in die USA entsandte Mitarbeiter sind gleichermaßen gut beraten, wenn sie sich im Vorfeld nach den jeweils anerkannten Standards erkundigen. Sicher ist: Herren, die ohne Jackett im Kundenkontakt oder bei Veranstaltungen erscheinen, sind die Ausnahme. Der Anzug ist eher angesagt als die Kombination. Der mancherorts als Jeans-Tag fehlinterpretierte *casual Friday* wird in einigen Unternehmen gerade abgeschafft, weil sich

schleichend eine *casual week* etabliert hat. Körperpflege und Hygiene werden in den USA groß geschrieben, mit Dreitagebart outet sich ein Mann auf den ersten Blick als Europäer. Frauen mit unbestrumpften, gar unrasierten Beinen sind undenkbar, behaarte Achseln und Körpergeruch gelten schlicht als unkultiviert. Die Klimaanlage (*air condition*) erleichtert das bedeckte Auftreten ungemein.

In ländlichen Gebieten ist ein salopper Auftritt eher üblich, auch Teile der heimatlichen Tracht wie der „Lodenjanker“ werden nicht belächelt. Aus der Mode gekommene Kleidung hingegen sollten Sie vermeiden, genauso wie glänzende Schuhe, Stiefel und Tennisschuhe bei Geschäftstreffen.

Weibliche Reize werden im Geschäftsleben moderat eingesetzt, die Frauenmode sieht für das Büro ein Kostüm vor, ruhig modisch und elegant geschnitten. Klappernde Schmuckstücke, starkes Make-up, knappe Blusen und Röcke jedoch sind im Büro, wo *sexual harassment* (sexuelle Belästigung) schnell ein Thema werden kann, mit Vorsicht einzusetzen. Ihren Pelzmantel lassen Sie zu Hause, Tierschützer können ganz schön aggressiv werden.

Anrede und Anschrift von Geschäftspartnern

Der Erfolg einer Business Party wird an der Anzahl der fremden Visitenkarten gemessen, die der Amerikaner zurück ins Büro bringt – sind die Trophäen doch Beweis der Kontaktfähigkeit. Bei Übergabe werden die *business cards* schnell weggesteckt – was kein Zeichen für mangelnden Respekt ist. Bei privaten Treffen unterlassen Sie den Austausch von Visitenkarten, weitere Begegnungen werden von der Person eingefädelt, die den Kontakt hergestellt hat.

Die Anrede

Die in Deutschland noch in vielen Branchen übliche Anrede mit Frau/Herr und bei Vorhandensein mit dem akademischen Grad wird als höchst formell und befremdlich empfunden. Vor allem jüngere US-Amerikaner tun sich schwer damit. Die wohl häufigste Anredeform ist der Vorname. Benutzen Sie ihn aber nur nach Angebot oder wenn man Ihnen gegenüber den Nachnamen bei der Selbstvorstellung nicht nennt.

Können Sie nicht sicher sein, ob eine Frau verheiratet ist, schreiben Sie „Ms.“, sprechen Sie „miz“ – mit einem stimmhaften „s“, im Unterschied zur garantiert unverheirateten „Miss“. Eine römische Zahl hinter dem Namen auf Visitenkarte oder Namensschild zeigt an, wie viele Träger dieses Namens es in der Familie schon gab.

Die Korrespondenz

Wie auf dem Briefumschlag befindet sich die Anschrift auf dem Briefbogen linksbündig unterhalb des Datums. Die Anschrift sieht z.B. so aus:

John Smith

Withers and Withers Inc.

1, Broadway

New York NY 20012

Die schriftliche Anrede – egal ob Sie den Adressaten beim Vornamen nennen oder mit *Ms.*, *Mrs.* oder *Mr.* ansprechen – lautet immer "*Dear...*". Die Entsprechung zum namenlosen „Sehr geehrte Damen und Herren“ ist, ebenso einfach, "*Dear Madam or Sir*". Besser liest es sich natürlich auch in den USA, wenn Sie vor dem Verfassen Ihrer Briefe die Namen Ihrer Ansprechpartner eruieren.

Die Schlussformel von Geschäftsbriefen lautet *Yours truly* oder *Very truly yours*. *Best regards* und *Sincerely* sind ebenfalls möglich. *Yours* ohne Zusatz ist informellen Kontakten vorbehalten.

Darauf folgt, entsprechend der Art, den Adressaten anzusprechen, Ihr Vorname oder Vor- und Nachname. Wie im Deutschen „Frau“ und „Herr“ sind *Mrs.*, *Ms.* und *Mr.* nur für Anreden und Erwähnung Dritter, nicht für die Nennung des Sprechers selbst gedacht.

Am Telefon

Die angerufene Person meldet sich mit dem Firmennamen und wenn sie nicht in der Telefonzentrale, sondern am eigenen Apparat ihre Arbeit tut, ihren eigenen Vor- und Nachnamen. Der Anrufer identifiziert sich entsprechend.

Erfolgreiche Gesprächsführung

US-Amerikanern wird oft das zielstrebige "*get right down to business*" vorgehalten. Die Amerikaner wiederum werfen genau diese unmittelbare Art, zum Wesentlichen zu kommen, den Deutschen vor. Also bitte: ein bisschen Smalltalk soll sein. Vor allem mit der Sekretärin. Schließlich ist sie Ihre Ansprechpartnerin, wenn Sie Hilfe brauchen, und eine wunderbare Quelle für Informationen. Sollte sie Sie bei Ihren ersten Schritten in ihrem Unternehmen korrigieren, ist das keinesfalls ein schlechtes Zeichen: Sie will Sie nicht beleidigen oder verunsichern, sondern Ihnen helfen.

Smalltalk im Vorfeld und der Einstieg in eine Präsentation mit einer witzigen Bemerkung heißt nicht, dass das Thema nicht mit der gebührenden Ernsthaftigkeit angegangen würde, im Gegenteil: In den Augen der Amerikaner dient Gelassenheit der Sache und so falsch liegen sie damit ja nicht. Das böartige Urteil „Was Deutsche an Weitblick vermissen lassen, ersetzen sie durch Ernsthaftigkeit“ stammt dennoch nicht von einem Amerikaner.

Andererseits kommen Amerikaner gern zügig zum Punkt; sie verstehen nicht, warum deutsche Geschäftspartner so lange „herumreden“. Es ist ein Irrtum, das Fehlen von Fakten und Zahlenkolonnen und die bildhafte Sprechweise als Schaumschlägerei zu interpretieren: Amerikaner sind eben nicht so sicherheits- und detailorientiert und in der Wortwahl nicht so exakt wie die Deutschen.

Deren Hintergrundinformationen werden leicht als Exkurse oder gar als Abschweifungen empfunden. Bleiben Sie bei den Dingen, die für den jeweils gegenwärtigen Punkt absolut relevant sind.

So kommen die amerikanischen *business partners* auch schnell zu zukünftigen Projekten, während die deutschen noch an den gegenwärtigen kauen.

Nach vorn schauen, Rivalität sportlich sehen – das zählt in den USA. Dem widerspricht keineswegs, dass auch der Gast eindeutige Vorschriften ernst zu nehmen hat und ein harter Ton und öffentliche Kritik inakzeptabel sind. Fakten werden sachlich präsentiert, Kritik wiederum wird leicht persönlich genommen. Deshalb wird man sie Ihnen ebenfalls ersparen. Positive Gefühle werden hingegen gern und mit Nachdruck geäußert. Lesen Sie also zwischen den Zeilen und hören Sie zwischen den Worten. Bedenken Sie, dass Verhandlungsmargen in den USA größer sein können als bei uns. Halten Sie eine Person, die Ihnen bei den Konditionen entgegenkommt, deshalb nicht gleich für unseriös.

Das Geschäftsessen

Gute Restaurants entbinden ihre Gäste von der Suche nach einem Parkplatz; halten Sie für das *Valet Parking* Trinkgeld bereit. Lassen Sie Ihre Garderobe an der Garderobe. Zeigen Sie sich großzügig. Behalten Sie an eleganten Orten Jackett und Krawatte an und wappnen Sie sich als Dame stets mit Jacke oder Schal: Es könnte empfindlich kühl werden.

Im Restaurant

"Wait to be seated" – Stürmen Sie nicht wie im deutschen Biergarten auf den erstbesten freien, womöglich noch mit dem schmutzigen Geschirr des Vorgängers belegten, Tisch zu. Derartiges Eroberungsverhalten ist Amerikanern völlig fremd, ob im Gourmettempel oder im einfachen *Diner*.

Bedienungspersonal stellt sich oft der leichteren Kommunikation wegen mit Namen vor; das wird von Ihnen nicht erwartet.

Kleine Unterschiede in den Tischmanieren

Im Großen und Ganzen gelten bei Tisch die Regeln des guten Tons, die Sie aus Deutschland kennen. Ein paar Ausnahmen gibt es dennoch. Diese technischen Kleinigkeiten zu kennen ist gut, sie nicht zu praktizieren gibt aber kaum einen Punktabzug.

Die nicht benutzte Hand wird auf dem Schoß abgelegt, vom Fleisch werden hintereinander mehrere Stücke geschnitten, das Messer daraufhin am rechten oberen Tellerrand abgelegt. Die Stücke werden mit der Gabel in der rechten Hand zum Mund geführt *"zigzag eating"*, Essen im Zickzack, gehört zum guten Ton, der Ellenbogen auf der Tischplatte nicht.

Beim Verlassen des Tisches wird die Serviette nicht auf dem Tisch, sondern auf dem Sitz deponiert. Die Sitte, dass Herren aufstehen, wenn eine Dame den Tisch verlässt oder an ihn zurückkommt, ist in den USA üblicher als auf dem europäischen Festland.

Das Nachschenken und Abräumen

Sie sollen es bequem haben, darum wird Ihnen stets Eiswasser nachgeschenkt, im *Diner* auch der Kaffee, der oft gar nicht so schwach ist, wie er schmeckt. Darum wird Ihnen auch Ihr Teller weggenommen, sobald Sie ihn leer gegessen haben, ohne dass die übrigen Gäste

schon fertig wären. Passen Sie sich im Tempo den anderen Essern an, dann müssen Sie nicht vor Ihrem leeren Platzteller sitzen. *Soft Drinks* – stets mit reichlich Eis serviert – oder Kaffee sind als Begleiter eines eleganten Essens nicht so verpönt wie in der Alten Welt.

Die Rechnung

Die Rechnung kommt ungefragt: langes Sitzen am Tisch ist unüblich. Wer einlädt, zahlt. Sollte ausnahmsweise der Einladende nicht als Gastgeber auftreten, übernehmen Sie die Rechnung. Die Sitte, getrennt zu zahlen, heißt auf Amerikanisch "*go Dutch*", wird also als Besonderheit des westeuropäischen Kulturkreises angesehen. Die Steuer (*tax*) wird gesondert ausgewiesen. Der Service ist nur in Touristengegenden inbegriffen; dort heißt es auf der Rechnung, oft von Hand geschrieben, "*15 % service included*". Andernfalls legen Sie von sich aus mindestens den entsprechenden Betrag hinzu: Es handelt sich beim "*tip*" (Trinkgeld) zwar um eine freiwillige Gabe des Gastes, aber meist auch um den einzigen Lohn des Kellners. Seien Sie großzügig.