

Zum Nachdenken

Wo der Nachbar liegt so nah

Geschäftsreisende, die zum ersten Mal Frankreich besuchen, kommen immer wieder mit interessanten Erfahrungen zurück. Es ist nicht nur die Sprache, die vielen Probleme bereitet, sondern die vielen Unterschiedlichkeiten in der Mentalität und Lebensform. Gerade weil die beiden Kulturen historisch bedingt recht ähnlich sind, werden die Unterschiede häufig unterschätzt. Während die Deutschen schnell und zügig auf den Punkt kommen wollen, typisch deutsches Effizienzstreben, bevorzugen die Franzosen einen Einstieg in das Thema, der so manchen Besucher aus Deutschland ungeduldig auf die Uhr schauen lässt. Während ein deutscher Geschäftspartner seine aufbrausenden Gefühle kontrolliert unterdrückt, lässt der Franzose eher mal kurz Dampf ab und seine guten Manieren vergessen. Die Störung des Gesprächsfriedens hält allerdings nicht lange an.

Die Kommunikationskultur in den Firmen unterscheidet sich erheblich. Während deutsche Angestellte davon ausgehen, dass sie über Neuerungen und Änderungen im Unternehmen informiert werden (oft ein unerfüllter Wunsch), so wird in Frankreich auf eher inoffiziellen Weg am Kaffeeautomaten oder im Aufzug Neues verbreitet. Auch spielen Netzwerke in Frankreich eine viel größere Rolle als hierzulande, viele Aufträge werden an Freunde und Bekannte vergeben. Auch die zeitlichen Vorstellungen liegen häufig etwas auseinander, Franzosen kommen eher zu spät als zu früh zu einem Termin. Dass während der Ferienzeit von Mitte Juli bis Mitte August ganz Frankreich im Urlaub ist, das hat schon manchen deutschen Geschäftspartnern zur Verzweiflung getrieben.

Deutlich erlebbar wird der Unterschied beim gemeinsamen Mittagessen. Während deutsche Kantinen den Charakter von Fastfood-Tankstellen besitzen und die Verweildauer lediglich auf die mechanische Nahrungsmittelzufuhr begrenzt ist, wird in Frankreich das Mittagessen zelebriert. Dabei werden allerdings häufig dienstliche Probleme in angenehmer Atmosphäre diskutiert - und manchmal auch gelöst.

Was Franzosen an deutschen Geschäftspartnern häufig vermissen ist die intellektuelle Bandbreite. Der deutsche Ingenieur kann zwar sämtliche DIN-Vorschriften auswendig, wenn es aber um ein Werk von John-Paul Sartre geht muss er allerdings passen. Generell spielen Franzosen vielmehr mit Worten, die Sprache verleitet ohnehin dazu, benutzen gerne geistreiche Sprüche. Dann wirkt so mancher deutsche Geschäftspartner eher wie ein Autist.

Um seine Sympathiepunkte zu erhöhen, sollte sich jeder vor Antritt seiner Reise mit der Mentalität der anderen Seite vertraut machen - schließlich geht es ja auch ums Geschäft.



Jürgen W. Goldfuß
www.goldfuss.com