

GESCHÄFTS-UND ARBEITSKULTUR

Die Kenntnis interkultureller Besonderheiten im Deutschland-Geschäft erhöht für ausländische Firmen und Investoren das erfolgreiche Agieren auf dem Markt. Diese Zusammenfassung wirft einen kurzen Blick auf die Themen Geschäfts- und Arbeitskultur, Kommunikation, erste Treffen, Ablauf von Geschäftsgesprächen, Geschenke sowie Geschäftsessen und privaten Umgang.

Deutsche Manager pflegen zumindest eine *abschlussorientierte Geschäftskultur*. Im Gegensatz zu beziehungsorientierten Geschäftskulturen in arabischen, afrikanischen, lateinamerikanischen und vielen asiatischen Ländern der Pazifikregion, legt die abschlussorientierte Geschäftskultur größeren Wert auf genaue schriftliche Abmachungen und formelle Vertragswerke. Bereits bestehende vertrauensvolle, zwischenmenschliche Beziehungen sind für die Aufnahme oder den Abschluss eines Geschäfts in Deutschland nicht notwendig. Natürlich ist es hilfreich, zukünftige Geschäftspartner bereits langfristig zu kennen. Diese (Vor-)Beziehungen gehören aber keinesfalls zur Geschäftsgrundlage.

Pünktlichkeit gehört zum guten Ton in einer erfolgreichen Geschäftsbeziehung oder einer, die es werden soll. Unpünktliche Geschäftspartner signalisieren einen Mangel an Seriosität und ernsthaftem Interesse. Unentschuldigte Verspätungen sollten unbedingt vermieden werden. Während in manchen Regionen der Faktor Zeit eine andere Rolle einnimmt, neigen die Deutschen im Geschäftsleben dazu, ihre Zeit minutiös zu planen und zu nutzen. Das geht soweit, dass Abweichungen von Verabredungen und Planungen durch einen potentiellen Geschäftspartner als Affront betrachtet werden und unter Umständen die Geschäftsbeziehungen beenden können.

Bestimmtheit und ungeschminkte Offenheit gehören zur Geschäftspraxis in Deutschland. Deutsche Geschäftsleute nehmen zumeist kein Blatt vor dem Mund, sprechen Probleme wie auch Positives direkt an und ihre Positionen klar aus. Überschwängliche Höflichkeit bei sensiblen Themen wird es eher selten geben. Der Effizienz wegen wird diese Direktheit auch von ihren Geschäftspartnern erwartet. Deutsche Verhandlungspartner lieben Fakten und sachliche Darlegungen. So wird auch der in anderen Geschäftswelten zum Teil ausführlicher gehaltene Smalltalk in Deutschland meist auf ein Minimum begrenzt, da dieser grundsätzlich nicht als zielführend angesehen wird. Ein Hang zum Formalismus prägt die deutsche Mentalität recht häufig. Dieser kommt durch ein gewissenhaftes Einhalten von Regeln stärker zur Geltung, als diese vielleicht in anderen Kulturkreisen üblich ist. Dadurch entsteht ein bisweilen ernsthaftes Geschäftsumfeld, welches verlässliche Verhandlungen ermöglicht.

Deutsch ist die offizielle Sprache. Nahezu 100% der Bevölkerung spricht deutsch. Bei Fremdsprachen steht Englisch an erster Stelle. Die häufigsten *Kommunikationsformen sind E-Mail und Telefon*.