

E1 Ü 1.3. Slalom um die Fettnäpfe



1. Lesen Sie das folgende Interview in der Fränkischen Landeszeitung.

Fränkische Landeszeitung 07.01.2001

Slalom um die Fettnäpfe

Ansbach (mb) - Wer von seinem japanischen Geschäftspartner eine Visitenkarte bekommt, sollte sie auf keinen Fall in die hintere Hosentasche stecken. Bei Verhandlungen mit Finnen ist die hohe Kunst des geduldigen Zuhörens gefragt, während in Spanien ausbleibende Einladungen in die Privatgemächer kein Zeichen der Abneigung sein müssen. Jede Kultur hat ihre eigenen Normen. Wer sie verletzt, macht schlechte Geschäfte und schließt wenig Freundschaften, warnt Professor Dr. Dr. Gerhard Wazel, Geschäftsführer des Instituts für Interkulturelle Kommunikation in Ansbach. Dort treffen sich alljährlich Menschen aus aller Welt, um fremde Sprachen und Gebräuche zu lernen.

"Bis vor einem Jahr waren wir Missionare", seufzt Gerhard Wazel, "inzwischen wächst in vielen Firmen die Einsicht, dass die richtige Vorbereitung für Geschäfte mit ausländischen Partnern sehr wichtig ist." Nur so könne man vermeiden, beim Besuch von Kunden oder Lieferanten von einem Fettnapf in den nächsten zu springen. So kann es in asiatischen Ländern viel wichtiger als ein paar Prozentpunkte beim Preis sein, dass man die Visitenkarten nicht gleich bei der Begrüßung, sondern erst nach einiger Zeit, dafür mit umso größerer Ernsthaftigkeit austauscht und der Nehmende ihr symbolisch einen wichtigen Platz in seinen Taschen einräumt - möglichst nahe am Herzen, nicht am Hintern.

Geschlossene Augen

Geschenke werden, wenn möglich, mit beiden Händen überreicht und, im Gegensatz zu Deutschland, nie sofort geöffnet, um jede Reaktion von Enttäuschung zu vermeiden. Wer wem wann in die Augen schauen darf, hängt von der Hierarchie ab, weshalb so manches Gespräch zwar hellwach, aber mit fast geschlossenen Augen geführt wird.

Kleine Gesten, große Wirkung - Wazel kennt aus persönlicher Erfahrung unendlich viele Beispiele. Der studierte Germanist und Anglist hat viele Jahre seines Lebens im Ausland verbracht, unter anderem in Sarajevo, Prag und im finnischen Tampere, und daraus ein dichtes Netz internationaler Beziehungen geflochten. 1999 gehörte er zu den Gründungsmitgliedern des "Instituts für Interkulturelle Kommunikation" (IIK), einem Verein, der von Wissenschaftlern, Pädagogen und Sozialarbeitern aus Deutschland, Italien, Frankreich, Finnland, Spanien, der Slowakei und den USA getragen wird. Heute beschäftigt der Verein nach eigenen Angaben fast 100 festangestellte Dozenten, hunderte von freiberuflichen Kursleitern und hat Vertretungen an 20 Standorten in Berlin, Thüringen, Italien, Ungarn, Russland und der Schweiz. Sein Anliegen hat inzwischen durch die wachsende Globalisierung noch an Gewicht gewonnen. Gerade exportorientierte Betriebe haben erkannt, dass neben Vertrieb, Produktion und Verwaltung das Wissen um andere Mentalitäten und Sprachen entscheidend ist. "Mindestens 40 Prozent der Verhandlungen gehen schief, weil die Kundensprache nicht einmal im Ansatz beherrscht wird", schätzt Wazel. Alleine das sichtbare Bemühen, sich auf unsicheres Terrain zu begeben, um dem Gesprächspartner entgegenzukommen könne oft das Eis brechen.

Der 61-Jährige, den nach der Wende verwandtschaftliche Beziehungen von Jena nach Ansbach lockten, leitet heute neben seiner wissenschaftlichen Arbeit und Seminaren im Ausland mit seinen Mitarbeitern Kurse in Ansbach, Rothenburg, Dinkelsbühl und im schwäbischen Oettingen. Mit der Stadt und dem Landkreis Ansbach, dem Landkreis Neustadt a.d. Aisch - Bad Windsheim und der Ansbacher Fachhochschule gibt es ebenso Kooperationen wie mit staatlichen Austauschdiensten für Universitätsdozenten und Lehrer. Bei den Deutschkursen reicht die Breite des Angebots von Grundkursen für Aussiedler bis hin zur gezielten Weiterbildung von chinesischen, japanischen und amerikanischen Studenten und russischen Managern.

Boom bei Multimedia

Neben der Vermittlung interkultureller Kompetenz ist die Multimedia-Weiterbildung ein zweiter Schwerpunkt. Der Boom in den Informations- und Telekommunikationsbereichen sorgt wie bei anderen Anbietern von Weiterbildungen auch beim IIK für volle Computersäle und Unterrichtsräume. Der Einsatz von Multimedia-Programmen für den Sprachunterricht schlägt dabei eine Brücke zwischen den beiden Schwerpunkten des Instituts. "Im Westmittelfranken gibt es gerade für neue Technologien eine größere Aufgeschlossenheit als in anderen Regionen", schätzt Professor Wazel. Die Standortnachteile, die man mit Hilfe des Internets überwinden will, sorgen dabei nicht nur für eine höhere Motivation, sondern auch für manches finanzielle Zubrot, denn in strukturschwache Gebiete fließen leichter Fördergelder von Staat und Europäischer Union als in reiche Ballungsräume. Die Region zwischen Nürnberg und der Tauber hat für Gerhard Wazel aber noch viele weitere Vorteile, um das Deutschlandbild seiner Kursteilnehmer positiv zu beeinflussen. "Wir haben hier herrliche Landschaften und wunderbare historische Städte", schwärmt der 61-Jährige "Davon sind unsere Gäste immer wieder begeistert."

2. Fassen Sie das Gesagte in einer 15-Zeilen-Fassung zusammen.

3. Welche typischen kulturellen Besonderheiten im Vergleich mit Deutschland und anderen Ländern werden hier erwähnt? Tragen Sie sie in die Tabelle ein.

Land/Region	Besonderheit

4. Erweitern Sie die Tabelle um Länder und Besonderheiten aus Ihren eigenen Erfahrungen, aber auch mittels unserer Links auf der Projektwebseite.

5. Welche Konflikte könnten bei Nichtbeachtung dieser Besonderheiten entstehen?

6. Was kann man tun, um mögliche Konflikte von vornherein zu vermeiden?

Benutzen Sie dabei eingeleitete Konditionalsätze/Bedingungssätze (mit den Konjunktionen „wenn“ und „falls“ oder mit „gesetzt den Fall“) oder uneingeleitete Konditionalsätze bzw. eingeleitete mit Korrelaten im übergeordneten Satz wie „dann“, „so“, „alsdann“ - oder ohne Korrelat.

Beispiel:

Wenn man eine Visitenkarte von einem Japaner bekommt, dann muss man sie sorgfältig studieren.

Bekommt man eine Visitenkarte von einem Japaner, muss man sie sorgfältig studieren.

7. Achten Sie auf die richtige Verwendung der Modalverben dürfen, können, mögen, müssen, sollen, wollen.

Unterstreichen Sie sie im Text und in Ihren Sätzen.

Konjugieren Sie sie so:

Infinitiv	1. Person Sg. Präsens	Konjunktiv I	Präteritum	Konjunktiv II
dürfen	ich darf	ich dürfe	ich durfte	ich dürfte
