

# *Good ist uns nicht gut genug*

*Als Karriere-Kriterium ist perfektes Business-Englisch längst unabdingbar. Allein: Vokabeln und Grammatik sind nur das eine.*

*Wer auf internationalem Terrain spielt, muss auch die Zwischentöne beherrschen. Unsere Autorin hat in einem Seminar ihre sprachliche Parkettsicherheit geprüft*



Schon der Kursinhalt klingt geheimnisvoll: „The English Code“ nennt Sprachcoach Susanne Kilian ihr Konzept, das Nicht-muttersprachlern helfen soll, die vielen unausgesprochenen Regeln zu entschlüsseln, nach denen die englischsprachige internationale Business-Community miteinander kommuniziert. 20 Männer und Frauen betrachten interessiert und ein wenig ratlos die übergroßen, in verschiedenen Landesflaggen bemalten Pappohren, die auf dem Tisch vor der Kursleiterin liegen – was werden uns diese Ohren verraten? Die meisten Teilnehmer kennen sich, sind Kollegen in einer Berliner Firma, fünf von ihnen kommen aus den verschiedensten Teilen der Welt. Die Begrüßungsrunde macht klar, was uns eint: Wir alle wollen lernen, uns in der globalisierten Wirtschaftswelt geschmeidiger zu bewegen.

Mit internationalen Gepflogenheiten kennt Susanne Kilian sich aus: Über 15 Jahre lang war sie als UN-Dolmetscherin tätig und hat beobachtet, was wohl die meisten Seminarteilnehmer schon mal erlebt haben: „Bei Verhandlungen beschleicht uns Deutsche oft das Gefühl, nicht richtig verstanden zu werden. Wir beherrschen die Grammatik, haben einen großen Wortschatz, und dennoch läuft etwas schief.“ Das liege, daran, so Kilian, dass wir den „English Code“ nicht richtig beherrschen. Das Entscheidende für eine erfolgreiche Kommunikation sei nicht das korrekte Vokabular, sondern die Frage: Wie komme ich rüber, und wie hole ich meinen Gesprächspartner ab? „It is not about translation, it is about communication! Machen Sie sich bewusst, dass andere Landsleute anders mit Worten umgehen, und lernen Sie von ihnen“, rät Kilian. Eine wichtige Fähigkeit, um auf dem internationalen Parkett zu glänzen, sei zum Beispiel das „Antanzen“ eines Gesprächspartners.

Genau damit tun sich ihrer Meinung nach die Deutschen besonders schwer: „Wir reden nicht lange herum, Probleme werden klar benannt, Floskeln finden wir überflüssig“, beschreibt Kilian das teutonische Kommunikationsproblem. „Stiehl anderen nicht die Zeit!“ – von Kindesbeinen an würden Jungen und Mädchen mit solchen Aussagen erzogen.

Wer zu weit aushole, ernte entnervte Blicke, erst in der Schule und später im Berufsleben. Kilians Rat: „Drehen Sie die eine oder andere Pirouette, statt gleich draufloszumarschieren, und Sie werden sehen, dass das Zeit und Nerven spart.“

Flavio, ein Italo-Franzose, kann es bestätigen: „In Deutschland wollen die Leute immer gleich auf den Punkt kommen. In Frankreich ist es wichtiger, dass das Gespräch angenehm verläuft“, sagt der Mittzwanziger, und sein Blick verdunkelt sich leicht gequält, wohl in Erinnerung an seinen Berufsalltag mit Kollegen, die überwiegend zur Spezies „kodderschneuziger Berliner“ gehören. Aber wer weiß, vielleicht werden sie ja heute noch geläutert.

Schritt für Schritt tasten wir uns auf dem glatten Boden der Völkerverständigung vor. Die erste Lektion sei zugleich die wichtigste, ist Kilian überzeugt: Small Talk! Auch hier herrsche bei vielen Deutschen echter Nachholbedarf. Plaudereien ohne Tiefgang über Dinge wie das Wetter oder Omas Nudelsuppenrezept empfinden viele als pure Zeitverschwendung. Kilians Beobachtung: Wenn es in den Konferenzpausen mal nicht mehr um die Arbeit ginge, würden Deutsche mit ausländischen Geschäftspartnern gern über substanzielle Dinge reden.

Fast fühle ich mich ertappt, als Kilian von einer mexikanischen Kursteilnehmerin erzählt, die sich, den Tränen nah, in einem ihrer Kurse darüber beklagte, dass sie von Deutschen immer als Erstes auf den mexikanischen Drogenkrieg angesprochen werde. „Sie empfand das als sehr abwertend“, erklärt uns die Lehrerin und warnt: „Niemand schätzt es, beim Plaudern darauf angesprochen zu werden, was in seinem Land alles schief läuft.“ Darum sei es sinnvoll, indische Partner nicht in eine Diskussion über die Rolle der Frau oder das Kastensystem zu verwickeln. Dann schon eher: „India has so many facets. Isn't it exciting to grow up in such a wealth of diversity?“ (Indien hat so viele Facetten. Es muss toll sein, in dieser Vielfalt aufzuwachsen.)

Oberste Small-Talk-Regel: „Make the other person feel good – geben Sie Ihrem Gegenüber ein gutes Gefühl.“ Auch nie verkehrt sind Kom- ▶

## Der Guide zum Kurs

- ✔ **Beratung.** Vor Kursbeginn sollten Lehrmethode, Lernniveau, Lernziele sowie die Qualifikation der Lehrkräfte geklärt werden. Ein guter Berater fragt nach dem Beruf des Teilnehmers und wofür dieser Englisch im Job benötigt. Wenn es um eine spezielle Fertigkeit wie Telefonieren oder das Schreiben von E-Mails geht, haken Sie nach, ob dies Bestandteil des Kurses ist.
- ✔ **Einstufung.** Achten Sie darauf, dass die Sprachschule Ihr Sprachniveau einstuft, idealerweise mit einem Test, der mündliche und schriftliche Kenntnisse abfragt.
- ✔ **Lehrmaterial.** Der Lehrstoff sollte aus dem täglichen Leben sein. Das können beispielsweise Wirtschaftsartikel, Geschäftsberichte oder Statistiken sein.
- ✔ **Fachsprache.** Für bestimmte Berufsgruppen wie Juristen, Mediziner oder Techniker gibt es spezielle Sprachkurse. Suchen Sie z. B. unter [www.iwwb.de/](http://www.iwwb.de/) mit entsprechenden Stichwörtern, etwa „Englisch für Juristen“.
- ✔ **Zertifikate.** Legen Sie Wert auf ein international anerkanntes Zertifikat? Dann kommt der Test „English for Business“ von der Londoner Industrie- und Handelskammer (LCCI) oder das Business English Certificate (BEC) der Universität Cambridge infrage. Auch deutsche Volkshochschulen bieten BEC-Vorbereitungskurse kostengünstig an.
- ✔ **Für die Bewerbungsmappe.** Als Nachweis guter Englischkenntnisse genügt die Prüfung Fremdsprache im Beruf (FiB) der IHK Düsseldorf. Der Deutsche Volkshochschulverband bietet alternativ das telc-English-Business-Zertifikat.

## Yes, boss!

Gerade im beruflichen Kontext können Wörter, die ähnlich klingen oder geschrieben werden, jedoch eine andere Bedeutung haben, zu Missverständnissen führen.

**Loan** etwa bedeutet **Darlehen**. Der deutsche **Lohn** wird mit **wages** oder **salary** übersetzt. Der deutsche **Chef** heißt im Englischen **boss** und nicht etwa **chef** oder **chief**, denn das wäre ein Koch oder ein Häuptling. **Branch** bedeutet nicht wie im deutschen **Branche**, sondern **Filiale**. Ein **warehouse** ist eine **Lagerhalle**, der **department store** ein Warenhaus bzw. **Kaufhaus**.

## Daily English

Um beim Englischsprechen noch besser in den Fluss zu kommen, hilft es, die Sprache in den Alltag einzubauen. Sprachcoach Susanne Kilian empfiehlt, Filme in englischer Originalversion anzuschauen – und zwar mit englischen Untertiteln. „So hört man die richtige Aussprache und sieht außerdem die korrekte Rechtschreibung. Das visuelle und das auditive Gedächtnis arbeiten somit zusammen.“

Für Business-Leute empfiehlt es sich, den Wirtschaftsteil englischsprachiger Zeitungen, beziehungsweise deren Internet-Auftritt zu lesen. Unser Tipp: „The Wall Street Journal“ – [www.wsj.com](http://www.wsj.com), „The Guardian“ – [www.the-guardian.com](http://www.the-guardian.com) oder die „New York Times“ – [www.nytimes.com/](http://www.nytimes.com/).

Auch Radiohören hat einen Trainingseffekt: Über das Internet gibt es Wirtschaftsnachrichten der BBC auf [www.bbc.co.uk/radio](http://www.bbc.co.uk/radio). Podcasts im Abonnement bieten der Spotlight Verlag: [www.business-spotlight.de/podcasts](http://www.business-spotlight.de/podcasts) sowie die BCC [www.bbc.co.uk/podcasts/series/wbnews](http://www.bbc.co.uk/podcasts/series/wbnews). Die kostenlose Website „Talking Business“ bietet für viele Situationen im Berufsleben nützliche Sätze samt Audio-Files zum Herunterladen und einem Quiz: [www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/business/talkingbusiness/](http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/business/talkingbusiness/)

Auch die Recherche im Internet kann zur Englischlektion werden, wenn Sie etwa auf einem englischsprachigen YouTube-Channel nach Kochrezepten oder Fitness-Tipps suchen.

plimente. Die dürfen durchaus – zumindest nach deutschem Verständnis – auch mal platt sein. „I love the colour of your scarf!“ (Ich mag die Farbe Ihres Schals) sei zu banal? Nicht, wenn es gute Stimmung macht, widerspricht Kilian. Teilnehmer Oliver macht ein geschocktes Gesicht. „Für dich als Urberliner ist so ein Geschmuse sicher hart“, scherzt sein Kollege. „Hm, da muss man erst mal reinkommen“, sagt Oliver diplomatisch – und stürzt sich tapfer in den praktischen Übungsteil. Die Hälfte der Teilnehmer bekommt eine Tulpe in die Hand gedrückt, die sie jemandem zur Einleitung eines Small Talks überreichen sollen: „Sagt es durch die Blume.“

In der nächsten Lektion geht es um das Loben. Das sei in Deutschland so eine Sache, findet Kilian. „Wir achten eher darauf, dass es nicht überschwänglich klingt, und Wörter wie ‚fantastisch‘, ‚wunderbar‘ oder ‚grandios‘ lösen eher Misstrauen aus.“ Im Umgang mit englischsprachigen Business-Kollegen aber gelte die umgekehrte Maxime: Ganz dick auftragen! Unbedingt vermeiden werden sollte zum Beispiel die bei uns beliebte Redewendung „good job“. In den Ohren anderer Kulturkreise klinge dies eher wie „ganz okay“ im Sinne von „Du hast dich bemüht“. „Marvellous“, „outstanding“ oder „fantastic“ sind demnach passendere Adjektive.

„Was für uns wie über den grünen Klee gelobt klingt, ist in den meisten anderen Sprachkulturen vollkommen angemessen“, sagt Kilian und holt zur Veranschaulichung ein Pappohr in den Farben der US-Flagge hervor, um das sie auch noch ein Samtband legt. Das soll uns Kursteilnehmern verdeutlichen, welch plüschige Töne Ohren aus dem angelsächsischen Sprachraum gewohnt sind. Eine kurze Umfrage bestätigt die Wahrnehmung: „Wenn Ihnen jemand sagt, Sie hätten eine Aufgabe einfach fantastisch erledigt, wie fühlen Sie sich dann?“ Flavio und alle anderen Nichtdeutschen im Raum fänden das völlig in Ordnung, die Deutschen hingegen fühlen sich unbehaglich: „Das wäre einfach too much – ich würde mich gleich fragen, wieso übertreibt der so, was will der?“, gesteht eine junge Frau.

Die größten Missverständnisse aber passieren laut Kilian beim Nein. Wenn Deutsche Nein sagen, dann meinen sie auch Nein. Der Rest der Welt indessen bevorzugt subtilere Varianten. Was zur Folge hat, dass deutsche Geschäftsleute Absagen oft gar nicht wahrnehmen. „Hören Sie den Satz: ‚I am not sure I agree‘, brauchen Sie sich im Gespräch mit Asiaten nicht den Kopf darüber zu zermartern, was das bedeutet. Es ist ein definitives Nein“, stellt Kilian klar. Gleiches gilt für das in China übliche: „We’ll see what we can do“ – wir sehen, was wir tun können. Tragischerweise klingen diese Sätze für deutsche Ohren wie: „Ich bin mir noch nicht ganz sicher.“ Gleiches gelte für das elegante Abwürgen von Initiativen, zum Beispiel: „You have made a very good point, we will get back to it later.“ Das sei eine klare Absage, und in ihrer Zeit bei der UN habe sie so manches Mal die deutschen Konferenzteilnehmer bedauert, die vergeblich darauf warteten, dass ihre Themen wieder zur Sprache kommen.

Da bricht es aus Seminarteilnehmerin Marie heraus, die vietnamesische Wurzeln hat: „In eurer Kultur gilt es als lösungsorientiert zu sagen, was Sache ist, in meiner wirkt das nur rüde.“ Wenn ein Projekt schlecht gelaufen ist, ist es in Deutschland angemessen, die Fehler klar zu benennen. International sollten Sie besser folgende Formulierung nutzen, rät Kilian: „Where do you see room for improvement? How can we save time and costs in the future?“

Oft müsse man auf internationalem Parkett zwischen den Zeilen lesen. Sagt zum Beispiel der englische Projektleiter: „Can you do this before Wednesday?“, ist ein Deutscher geneigt, dies als Option aufzufassen. „Vorsicht“, warnt Kilian. „Hier wird ein klarer Auftrag gegeben.“ Fragt hingegen ein deutscher Vorgesetzter: „Können Sie das noch bis Mittwoch schaffen?“, dann hat der Angesprochene tatsächlich eine Alternative. In Deutschland gehen Menschen in der Regel davon aus, dass Gesagtes und Gemeintes übereinstimmen. Aber wenn ein amerikanischer Geschäftspartner bei einem Treffen in den USA sagt: „Oh, let’s have lunch together sometime“, und der Deutsche daraufhin in seinem Terminkalender blättert, könnte



das peinlich enden. Der Satz bedeutet: „Ich fand Sie sympathisch“, ohne dass das Gegenüber unbedingt die Bekanntschaft vertiefen will.

Manche Formeln wie das formelle „Yours sincerely“ und „Yours faithfully“ oder das höflichere „With kind regards“ kann man lernen. Aber manches muss man erst verinnerlichen, ist Kilian überzeugt. Mit einem Wort aber liege man nie falsch: „Sorry“ ist eine Karte, welche gar nicht oft genug ausgespielt werden kann – auch wenn der häufige Gebrauch für das deutsche Sprachgefühl inflationär erscheinen mag. „Empfangen Sie einen verspäteten Geschäftspartner mit ‚I’m so sorry you had to put up with a delayed flight‘, anstatt eine Entschuldigung zu erwarten, rät Kilian. Nimmt man einen Anruf für einen Kollegen an, wirke ein korrektes „He is not in. Can I help you?“ nicht hilfsbereit, sondern wenig engagiert. Angebracht wäre: „I am sorry, I am afraid he is not in, may I take a message?“

Nach mehreren Runden Rollenspiel und Tulpentauch stehen die Blumen leicht gerupft in den Vasen, unsere sprudelnde Kursleiterin erklärt uns zu „Rittern und Ritterinnen des English Code“. Ob ich ihn aber wirklich schon geknackt habe? Kein Grund zu verzweifeln, beruhigt Susanne Kilian meine Skepsis. Kein Mensch könne sämtliche kulturellen Feinheiten an einem Tag verinnerlichen. Und außerdem: „Wer respektvoll mit seinen Mitmenschen umgeht, hat vielleicht nicht vollendete, aber schon gute Manieren.“ ■



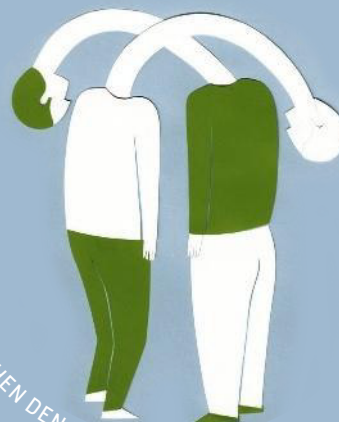
LEKTION 1: SMALL TALK!



LEKTION 2: RICHTIG LOBEN



LEKTION 3: NEIN SAGEN UND VERSTEHEN



LEKTION 4: ZWISCHEN DEN ZEILEN LESEN



LEKTION 5: „SORRY“ IST IMMER EIN ASS

## Books that help

„Don't let me be misunderstood! Wie wir weltweit besser verstanden werden“ Susanne Kilian nennt die Dos and Don'ts der internationalen Kommunikation. Verlag Ariston, 16,99 Euro

Business Guide „Business English“ Mustertexte und passende Redewendungen für Mails und Telefonate plus Trainingsteil für typische Gesprächssituationen. Verlag Haufe Lexware, 9,95 Euro

„Kon-Fusionen“ Tipps für den Umgang mit interkulturellen Business-Situationen von Ute Clement. Carl-Auer Verlag, 29 Euro

ANNETTE LEYSSNER