



BUSINESS TRAVELLER-Serie

Verhandeln unterwegs

**Folge
77**

Wie Sie **in den USA Erfolg** haben

Nachdem die USA durch die Finanzkrise erheblich gelitten haben, sind sie in den letzten Jahren dabei, sich wieder zu erholen und die Wirtschaft voranzutreiben. Dies ist für uns ein Grund, dieses einzigartige Land, das mit Pragmatismus und Optimismus Krisen anpackt und löst, genauer anzuschauen.

Time is money

Nirgendwo beeinflusst das Motto „Zeit ist Geld“ die geschäftliche Kommunikation so stark wie in den USA. Pünktlichkeit ist hier nicht nur eine Zier, sondern ein Zeichen von Professionalität. Amerikanische Manager konzentrieren sich auf schnelle Erfolge. Wer sich gut verkaufen will, darf die gewöhnlich knapp bemessene Zeit seines amerikanischen Gegenübers nicht überziehen. Definieren Sie, bevor Sie in die Einzelheiten gehen, zunächst die wesentlichen Eckpunkte des Projekts („Key Terms“), wie etwa bei einem Lizenzvertrag die Höhe und Art der Lizenzgebühren, Exklusivität der Lizenz, Vertragsgebiet, Umsatz und Know-how. Während der Gespräche gilt dann: KISS – Keep it short and simple. Bleiben Sie bei den Fakten, und vermeiden Sie Ausschweifungen. Seien Sie auch in anderer Hinsicht klar – wenn Sie etwas nicht entscheiden können, machen Sie es deutlich und definieren den Zeitraum, den Sie für die Entscheidung brauchen.

Keep smiling

Bei aller Offenheit gibt es jedoch auch Tabuthemen wie Religion oder Hautfarbe, die man selbst bei privaten Gesprächen – wenn überhaupt – nur vorsichtig ansprechen sollte. Political Correctness im Umgang mit Minderheiten ist hier viel stärker ausgeprägt als in Deutschland. Unangenehm fallen auch anzügliche Komplimente gegenüber Kolleginnen auf. Neutraler Humor wird dafür umso mehr geschätzt. Auch auf den Ton kommt es dabei an. Die Sprache der Amerikaner ist zwar direkt bis fordernd, aber nie unhöflich. Diesen Kniff sollten sich deutsche Manager unbedingt aneignen, denn er wird hier als Zeichen für Stärke gewertet.

Tit for Tat

Bei den konkreten Geschäftsverhandlungen legen amerikanische Manager großen Wert auf Effizienz: Genaue Zeitpläne und Tagesordnungen haben hier hohen Stellenwert. Eine gute Portion



Sergey Frank ist Personalberater und begleitet seit mehr als 20 Jahren Unternehmen auf ihrem Weg in die Internationalisierung.

In unserer Serie zeigt er Strategien auf für das Business auf internationalem Terrain – ebenso wie Fettnäpfchen, die drohen, wenn unterschiedliche Kulturen aufeinanderprallen.
Kontakt: sergey.frank@sergey-frank.com

Enthusiasmus – für deutsche Verhältnisse vielleicht übertrieben – für die Vorzüge Ihres Angebots schadet dabei nicht. Im Gegenteil: Sie zeigt dem Gegenüber das Ausmaß Ihres Engagements.

Das dominierende Motto ist: „First things first.“ Entsprechend geht man in Verhandlungen nach einer kurzen Einleitung über abstrakte Prinzipien und globale Geschäftsstrategien rasch in die Details.

Typisch ist auch das damit verbundene Feilschen. Während deutschen Managern Basar-Taktiken eher fremd sind und sie ihre Angebote entsprechend knapp und realistisch formulieren, gehört das Handeln in den USA zum guten Ton und ist Teil des American Way of Life.

A deal is a deal

Einmal geschlossene Verträge sind dafür endgültig („A deal is a deal!“). Aber ein Amerikaner wird bei unvorhergesehenen Problemen natürlich ebenfalls versuchen, eine Vertragsanpassung zu verhandeln. Bei allen kulturellen Feinissen – international erfolgreich Geschäfte abzuschließen muss immer auch Spaß machen. Amerikaner lieben dabei nicht nur den neutralen Humor, sondern auch die Fähigkeit, über sich selbst zu lachen. Wenn Sie diese Gesichtspunkte beachten, werden Sie sowohl Erfolg als auch Spaß im Land der nicht immer unbegrenzten Möglichkeiten haben.