

When in Rome, do as the Romans do – oder: Verhandeln im Ausland

„The trick when working abroad is to fit in with the locals.“ So heißt es auf dem April-Blatt des diesjährigen Kalenders einer großen englischen Anwaltskanzlei, die an dieser Stelle über Themen im Zusammenhang mit Immigration berichtet. Abgebildet ist dort in grellen Farben ein Mann mit schrillum Hawaii-Hemd, mexikanischem Sombrero und diversen anderen, nicht recht zusammenpassenden Kleidungsstücken. Was dort bewusst witzig dargestellt wird, enthält eine Aussage, die den Nagel hinsichtlich des Schlüssels zum Erfolg im internationalen Wirtschaftsverkehr auf den Kopf trifft.

Bei internationalen Transaktionen wird aus gutem Grund auf eine rechtlich verbindliche und durchsetzbare Vertragsdokumentation geachtet. Mittels einer Legal Opinion kann das aus einer ausländischen Rechtsordnung resultierende Risiko weitgehend ausgeschlossen werden. Für den wirtschaftlichen Erfolg eines grenzüberschreitenden Geschäfts spielen daneben aber weitere Faktoren eine maßgebliche Rolle, die keinen Niederschlag in der Vertragsdokumentation finden. Hierzu zählen gute Kenntnisse der Vertragstechniken, Verhaltensweisen und nationaltypischen Eigenheiten ausländischer Geschäftspartner. Die Bedeutung solcher Details ist weitaus höher zu bewerten, als oftmals erkannt wird. Die Globalisierung führt zu einem interkulturellen Zusammentreffen. Im Rahmen der Vorbereitung einer geschäftlichen Kontaktaufnahme mit einem ausländischen Geschäftspartner ist es daher empfehlenswert, sich intensiv mit der Kultur und Mentalität des betreffenden Landes auseinander zu setzen.

Andere Länder, andere Sitten! Wenn zwei dasselbe tun, so ist es nicht dasselbe. Duo quum faciunt idem, non est idem. Beispielsweise bedeutet ein leichtes Nicken bei Vertragsverhandlungen in Griechenland bekanntlich gerade keine konkludente Zustimmung, sondern vielmehr Ablehnung. Neben den Usancen bei den eigentlichen Vertragsverhandlungen muss das gesamte kulturelle Umfeld beachtet werden. Denn soziale Kontakte außerhalb der eigentlichen Vertragsverhandlungen gehören zum Geschäft dazu. Neben der Vertrautheit mit landestypischen Umgangsformen sind angesichts der üblichen Geschäftsessen Kenntnisse über die jeweilige nationale Küche nicht zu unterschätzen. Mit Earl Gray zu Biskuits in London dürften die meisten vertraut sein; aber wie sieht es aus, wenn in Kigali bei Tilapia und Ubugali von Maracujasaft auf Bananenbier gewechselt wird? Wer weiß schon vorher, welchen Einfluss dies auf die Fähigkeit der Kommunikation in der dort gebräuchlichen französischen Sprache hat? Cultural Piñata ?!

Im internationalen Rechtsverkehr ist darauf zu achten, dass Vertragsverhandlungen mit ausländischen Geschäftspartnern besonderen Regeln unterliegen. Ein „typisch“ deutscher Fehler ist es, zu hart, direkt und konfrontativ zu formulieren und bei dem Gebrauch der bei internationalen Verhandlungen in der Regel üblichen englischen Sprache die „deutsche Art“ analog ins Englische zu übertragen. Im internationalen Wirtschaftsverkehr nimmt die englische Sprache eine zentrale Rolle ein. Die fortschreitende Internationalisierung verlangt eine Erweiterung der sprachlichen Kompetenz, und dies nicht nur hinsichtlich Vokabeln und Grammatik. Vielmehr sollten auch international gängige Ausdrucksformen und Kommunikationsmuster beherrscht werden. Der als Werbegag verwendete Slogan eines mexikanischen Restaurants „Broken English spoken perfectly“ kann in diesem Zusammenhang zwar nicht als Maßstab gelten. Aber er dokumentiert die auf internationaler

Ebene mehr als im Inland bekannte Erkenntnis, dass eine witzige Einleitung ein Eisbrecher ist, der den Weg für den geschäftlichen Erfolg öffnen kann.

Rechtsanwalt Klaus Vorpeil, Gau-Bickelheim