



Es ist nicht nur der Rhein, der Deutsche und Franzosen trennt. Wer als Unternehmer die Brücke ins Ausland überquert, wird sich wundern, wie unterschiedlich die Geschäftskultur doch ist.

Geschäfte über Grenzen hinweg: Deutsch-französische Kooperationen scheitern oft an Kulturkonflikten

»Fremdsprachen alleine reichen nicht«

VON SIMONE DENZLER

Florence Marimbert spricht über ihr Lieblingsthema. »Ohne interkulturelle Kompetenz geht in deutsch-französischen Geschäftsbeziehungen nichts«, betont die Unternehmensberaterin immer wieder. Wer nicht verstehe, wie sein Nachbar »tickt«, werde kläglich scheitern. Das weiß die Kommunikationstrainerin aus Chartres, die 20 Jahre in Deutschland gelebt, studiert und gearbeitet hat und sich leidenschaftlich für die Verständigung der beiden Kulturen einsetzt, aus Erfahrung.

Vertrautheit: Seit elf Monaten lebt die gebürtige Französin wieder in Frankreich, genauer gesagt in Straßburg. Es ist wohl kein Zufall, dass sie sich gerade in dieser Stadt an der deutsch-französischen Grenze niedergelassen hat. Nach 20 Jahren Deutschland und 20 Jahren Frankreich sind für sie beide Kulturen und Sprachen Heimat geworden. Ihre Tätigkeit als interkulturelle Kommunikationsberaterin will sie in Zukunft vor allem in genau diesem

Grenzgebiet am Oberrhein ausüben.

Grenzland-Vorteil: Arbeit hat sie hier genug. Etwa 600 deutsche Unternehmen, darunter viele Ortenauer, haben eine Niederlassung im Elsass, 28000 Franzosen überqueren täglich die Grenze, um zu ihrem Arbeitsplatz im Badischen zu gelangen. Deutschland ist für Frankreich das Exportland Nummer eins. Der Reiz, im so nahen Grenzland zu arbeiten und zu investieren, ist groß. Groß sind jedoch auch die Missverständnisse, die sich zwischen den beiden Nachbarn ergeben können.

»Fremdsprachenkenntnisse allein reichen für eine reibungslose Kommunikation zwischen Deutschen und Franzosen nicht aus«, erklärt die Expertin für Konfliktmediation. Es gebe große kulturelle Unterschiede, die die Verständigung zwischen den Nationen erschweren. »Ein Franzose fühlt sich bei einem Meeting überrollt, wenn ein deutscher Teilnehmer nach Tagesordnungspunkten vorgeht«, gibt Marimbert ein Beispiel. Franzosen handeln eher emotional, Deut-

sche eher rational, wobei sie davor warnt zu generalisieren. »Ich rate dazu, von Anfang an in den Faktor Kommunikation in allen seinen Facetten zu investieren, denn am Ursprung eines jeden Geschäfts steht immer ein Mensch«, so die erfahrene Beraterin.



Kommunikationstrainerin
Florence
Marimbert.

Fremdsprachen-, Kultur- und persönliches Kommunikationstraining sparten viel Geld und schützten vor Enttäuschungen. Natürlich seien Marktanalysen sowie rechtliche und steuerliche Beratungen unerlässlich für einen Einstieg in den ausländischen Markt. Doch nur, wer seinen Gegenüber verstehe und mit ihm umzugehen wisse, komme auch weiter.

Eine Plattform für die Verständigung der Kulturen ist der deutsch-französische Wirt-

schaftsclub Oberrhein. »Für mich war es eine Selbstverständlichkeit, dem Club schon in den Gründungstagen beizutreten«, so die Beraterin. Vorträge und Betriebsbesichtigungen beiderseits des Rheins waren dabei nur ein Aspekt. Wichtiger ist für Marimbert die Möglichkeit, sich mit deutschen und französischen Unternehmern im Grenzgebiet auszutauschen.

140 Mitglieder: Mehr als 140 Unternehmer und Dienstleister sind Mitglieder im Wirtschaftsclub. Darunter auch der Ruster Anwalt für internationales Wirtschafts- und Privatrecht, Thorsten Borrak. »Da, wo ich die deutsch-französische Verständigung fördern kann, bin ich gerne dabei«, gibt er als Grund für seine Mitgliedschaft an. Auch er sieht die Hauptschwierigkeit in deutsch-französischen Geschäftsbeziehungen nicht in rechtlichen Fragen, sondern in den kulturellen Verständigungsproblemen. Sich kennenzulernen sei dagegen das beste Mittel.

■ Kontakt: Florence Marimbert, 0033388679512, Thorsten Borrak, ☎ 07822 / 3338.