

5.14 iB service

Der deutsche Kopf und die russische Seele

> Fachbeitrag: Umgang mit russischen Geschäftspartnern

Um in Russland Geschäfte zu machen, braucht es mehr als eine gute Idee und einen Taschenrechner. Zuerst gilt es, das Herz seines potenziellen Geschäftspartners zu gewinnen. Als Dank für die Mühe gibt's ewige Treue.

Deutschen Geschäftsleuten wird zuweilen ein sehr nüchterner Umgangsstil nachgesagt: „ZDF“ haben die Deutschen im Kopf: Zahlen, Daten, Fakten. Stimmt das wirklich? Sind wir Deutsche solche Kopfmenschen? Aus der Perspektive des slawischen Kulturkreises sieht es tatsächlich so aus.

Die deutschen Geschäftsleute gelten aus der Sicht der russischen, personenorientierten Gesellschaft als kühl und distanziert. Sie sind auf ein Projekt, konkrete Vertragsbedingungen und Zahlen fixiert. Das Privatleben wird vom Arbeitsalltag ferngehalten, die besten Freunde stammen meist nicht aus der Arbeitsgruppe. „Dienst ist Dienst und Schnaps ist Schnaps“ ist eine häufig zitierte Lebensweisheit.

Russland gehört zu den Ländern, in denen sich das Individuum als Teil einer Gruppe identifiziert. Dies äußert sich in einer starken Bindung innerhalb der Familie, einer Arbeitsgruppe, einem Freundeskreis, einem sozialen und beruflichen Netzwerk. Dieses private Netzwerk war über Jahrhunderte überlebenswichtig, da es keine funktionierende Dienstleistungssphäre gab. Das Netzwerkprinzip hat auch auf das Geschäftsleben

abgefärbt, das häufig auf persönlichen Kontakten und gegenseitigen Dienstleistungen aufbaut. Was in den Augen der Deutschen schon als Korruption erscheint, ist für viele Russen nur ein System von Hilfsangeboten und gegenseitigen Verpflichtungen.

Erfolgreiche Geschäftsbeziehungen lassen sich in Russland vor allem über einen persönlichen Kontakt anbahnen. Man muss den Partner kennen und auch als Mensch akzeptieren können. Solche Kontakte bekommt man auf Messen und Ausstellungen, auf Wirtschaftstagen und Kooperationsbörsen sowie auf Konferenzen oder Unternehmerreisen.

Jedoch der schnellste und wirksamste Weg, in Russland Verbindungen zu potenziellen Geschäftspartnern herzustellen, ist der über bereits geknüpfte Netzwerke, über persönliche Empfehlungen. Anonyme Kontakte per Internet haben meist wenig Erfolg. Gelingt eine Kontaktabahnung, wird der russische Partner Zeit und Energie investieren, um den Deutschen als



Heidrun Igra, Universität Freiburg, Buchautorin zur Geschäftskultur in Russland.

Mensch und möglichen Geschäftspartner kennen zu lernen, wobei das gemeinsame Projekt oft noch ausgeklammert bleibt. Wirkliche Stabilität erlangt das russische Business dadurch, dass ständige Partner oft zu persönlichen Freunden werden. Und einen Freund zu betrügen, ist in der Regel undenkbar. Ihm hält man sogar bei schlechteren Konditionen die Treue – denn die Beziehung steht über dem Geschäft. Deswegen empfiehlt es sich nicht, bei Projekten und Verhandlungen mit beziehungsorientierten Russen, die zuständigen Ansprechpartner oft auszutauschen.

Kenntnisse des deutschen Geschäftspartners zu Russland, seiner Geschichte, Kultur oder minimale Sprachkenntnisse bedeuten einen großen Sympathiegewinn! Hier trifft der deutsche Kopf auf die russische Seele.



Russische Geschäftspartner ticken anders: Wer Erfolg anstrebt, muss verstehen, was sein Gegenüber will.