

Verstehen Sie Frankreich?

Die Kolumne der deutsch-französischen Beratung

Von Autos, Mönchen und Krawatten

April 2010

Es ist vollbracht, eine bedeutsame Zusammenarbeit zwischen einem deutschen Industrieriesen und einem französischen Konzern wurde beschlossen. **Daimler und Renault** nähern sich an, werden zunächst projektweise im Kleinautosegment Produkte gemeinsam entwickeln. Geregelt wurde diese (Vernunft-) Ehe durch eine Kreuzbeteiligung, als Trauzeugen fungierten Herr Zetschke und Herr Ghosn, die beiden CEOs.

Die Erfahrung zeigt: Deutsche und Franzosen können zusammenarbeiten und dabei hervorragende Ergebnisse erzielen. Denn auch wenn z.B. bei **Airbus** das tägliche transrheinische Zusammenleben bestimmt nicht immer turbulenzfrei ist, so fliegt das Ganze trotzdem.

Lang ist die Liste der **Unterschiede zwischen Deutschen und Franzosen im Geschäftsleben**. Zeitmanagement, Führungsstil, Verhandlungsverhalten und vieles mehr. Für diese Kolumne sei heute erlaubt, das etwas weniger bedeutsame **Thema der Kleiderordnung** anzuschneiden.

An alle deutsche Manager, die sich auf den Weg nach Frankreich machen: Folgendes sollten Sie wissen.

Übersetzt man den französischen Ausdruck „L’habit ne fait pas le moine“ wörtlich, so macht eine Kutte noch keinen Mönch. Im übertragenen Sinne: an seiner Aufmachung sollte man seinen Gegenüber nicht messen. Kleider machen in Frankreich eben **KEINE** Leute – zumindest nicht unbedingt.

An einem Accessoire lässt sich dies gut feststellen. Sollte das Tragen oder Weglassen einer **Krawatte** grundsätzlich und weltweit eine Aussage über Rang und Güte eines Ansprechpartners erlauben, so scheidet der männliche Hals-

schmuck bei Frankreich-Kontakten in der Beziehung aus: die Krawatte ist dort in der Regel ab Übernahme von Personalverantwortung so gut wie Pflicht, in fast allen Branchen.

Trägt also Ihr Gegenüber eine Krawatte, können Sie nicht zwingend davon ausgehen, dass er dem OBEREN Management angehört. Fehlt die Krawatte bei ihm, ist er womöglich entweder ohne jedwede Entscheidungsbefugnis oder in der Werbung. Schlimmstenfalls trifft beides zu.

In den Chefetagen werden sehr gern Krawattenklassiker aus dem Hause Hermès getragen. Gemein haben alle Hermès-Modelle die zeitlose Form, die diskreten aber mitunter sehr eigenwilligen Muster und den Stückpreis von mindestens 120 Euro. Können Sie eine Hermès-Krawatte an Ihrem gegenüber erkennen (und von billigeren Fälschungen unterscheiden), so haben Sie sicher mit einem Entscheidungsträger zu tun.

Auch weil sich eine Krawatte ggf. schnell abnehmen oder lockern lässt, machen Sie als deutscher Manager für einen ersten Kontakt mit einem potentiellen Geschäftspartner in Frankreich also nichts falsch, wenn Sie eine tragen.

Übrigens: gegen Ende des nicht seltenen Geschäftsessens ist eine Lockerung des Knoten und des Hemdkragens in jedem Falle zulässig bzw. gern gesehen. Und unter Umständen auch ein lebensrettende Maßnahme.

dj | conseil
Die deutsch-französische Beratung
© Denis Jeanson (v.i.S.d.P.)
Rathochstraße 85 - 81247 München
Tel: + 49 89 81009686
www.djconseil.com
info@djconseil.com

