

Words don't come easy

Doris Märtin

Words don't come easy

Angelsächsische Konversationskunst
verstehen und von ihr profitieren

Zweite, neu bearbeitete Auflage

bramann.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind
im Internet einsehbar unter <http://dnb.d-nb.de>.

© 2019 Bramann Verlag, Frankfurt am Main
Alle Rechte vorbehalten

Einbandgestaltung,	Margarete Bramann
Typografie und Layout	Druckerei TZ-Verlag & Print GmbH
Druck	Printed in Germany 2019
ISBN	978-3-95903-005-2

Inhalt

- 1 Isn't it insightful**
Warum Briten und Amerikaner nicht besser reden
als wir und wir uns trotzdem manches von ihnen
abschauen können **7**
- 2 My name is Bond, James Bond**
Wie man offen ist, ohne mit jedem auf Du und Du
zu sein **17**
- 3 Lovely day today**
Warum ohne das Wetter gar nichts geht und
was beim Smalltalk außerdem zählt..... **31**
- 4 It's wonderful, it's marvellous**
Wie Enthusiasmus das Miteinander erleichtert **55**

5	I am not too happy about it	
	Warum Angelsachsen von ›slight problems‹ reden, wenn sie ein Riesendrama meinen	69
6	Basically, my life is so boring, it's embarrassing	
	Wie man mit Understatement Klasse zeigt	85
7	The food here is terrible, and the portions are too small	
	Warum britischer Humor ein Exportknüller ist und amerikanische Screwball-Komödien unschlagbar sind	105
8	How can I help you?	
	Wie man mit amerikanischem Beziehungs- management gute Geschäfte macht	123
9	Do not ask what your country can do for you, ask what you can do for your country	
	Wie man Ideen zündet und Herzen gewinnt	143
10	And though it is much to be a nobleman, it is more to be a gentleman	
	Warum die feine angelsächsische Art mehr ist als gute Manieren und warum das Gentleman-Ideal nie aus der Mode kommt	169
	Quellen	185

1

Isn't it insightful

Warum Briten und Amerikaner
nicht besser reden als wir
und wir uns trotzdem manches
von ihnen abschauen können

Bis vor kurzem waren die Beziehungen zwischen uns und der angelsächsischen Welt noch in Ordnung. Unser Verhältnis zu Großbritannien und den USA darf als Erfolgsgeschichte gelten, vielleicht sogar als Love Story. Gäbe es nicht Trump und die Brexiteers, könnten wir ohne Wenn und Aber sagen: Die Briten und Amerikaner stehen uns kulturell so nahe wie kaum eine andere Nation auf der Welt.

Wir netflixen ihre TV-Serien, hören ihre Musik, kleiden uns in ihre Mode, übernehmen ihre Managementtechniken und lieber als den amerikanischen Präsidenten hatten wir bis 2016 zum Staatsbesuch höchstens noch die englische Queen zu Gast. Amerikanische und englische Wörter, Produkte und Verhaltensweisen machen sich in fast jedem Winkel unseres Lebens breit, und wenn Sie dieses Buch lesen, hegen Sie vermutlich ähnlich viel Sympathie für den britisch-amerikanischen Lebensstil wie ich.



Vielleicht sehen Sie sich *Broadchurch* bevorzugt in Englisch an, ziehen die schwergewichtige Barbourjacke jedem Ultraleicht-Daunenteil vor oder geraten beim Anblick einer Harley oder eines Aston Martin ins Schwärmen. Vielleicht lieben Sie auch englische Rosen oder amerikanische Shakermöbel oder lassen sich, jedem intellektuellen Anspruch zum Trotz, zum Wochenendausklang gern mal in die Welt der Cottages und Steilküsten entpilchern.

Was macht ihn bloß so attraktiv, den [British and Amerian way of life](#) oder das, was wir hierzulande darunter verstehen? Selbst jetzt noch, wo die Spaltung der britischen und amerikanischen Gesellschaft, ein polarisierender POTUS und der verrückt anmutende Sprung der Briten ins Ungewisse an den Lieblingspruch von Obelix denken lässt: »Die spinnen, die Römer.« Nur dass es jetzt nicht mehr die Römer sind, sondern die Engländer und Amerikaner.

Keine Frage: Britannia war schon mal cooler und America bedeutend greater als gerade jetzt. Doch es gibt sie noch, die





guten Assoziationen, und sie sitzen tief in unserer DNA. Fast jeder, der Deutsch spricht, hat Englisch gelernt, wir wurden je nach Generation mit den Internatsgeschichten von Enid Blyton oder *Harry Potter* groß und überhaupt hat die Anglophilie, die Sympathie für die Angelsachsen, in Deutschland Tradition. »Ja wenn wir England nicht lieben sollen, was sollen wir dann überhaupt noch lieben!« Theodor Fontane hat das gesagt, und Thomas Mann äußerte sich nicht weniger begeistert: »Wäre ich nur in die angelsächsische Kultur hineingeboren!« schrieb er 1948, nach Jahren des kalifornischen Exils.

Doch mehr als alle guten Erinnerungen zählt die Gegenwart: Amerikaner und Briten ruhen sich nicht auf ihren Errungenschaften aus. Sie schüren unser Interesse immer weiter. Von Mary Poppins bis Taylor Swift, vom iPhone bis zum Tesla, von den TED-Talks bis zum veganen Kultburger von Beyond Meat – was kulturell, wirtschaftlich und technologisch die Best-of-Listen anführt, wird **more often than not** über Kanal und Teich zu uns herübergespült.



Die kleinen Unterschiede

Von unseren deutschsprachigen Nachbarn abgesehen ist uns somit keine Kultur so vertraut wie die angelsächsische. Wir sprechen fließend oder brauchbar Englisch, lesen Jane Austen, John Irving und Jonathan Franzen, [canceln](#), [downloaden](#) und [posten](#) so gedankenlos, als hätten wir keine eigenen Wörter dafür, und jede Bäckerei verkauft Schokomuffins und Coffee to go.

Doch so stark das Verbindende zwischen Germanen und Angelsachsen ist, unsere Kenntnis von Sprache, Land und Leuten lässt reichlich Luft nach oben. Das Defizit bescheinigt uns einer, der es wissen muss: »Gäbe es eine ›kulturelle Grammatik‹, würden die meisten Deutschen zeitlebens den Global Test nicht bestehen«, sagt der irische Experte für interkulturelle Kommunikation James McCabe. »Die richtige Zeit zu benutzen mag morphologisch eine gewisse Genugtuung bereiten, wenn es allerdings um Zwischenmenschliches und spontanen, echten Gedankenaustausch geht, spielt es eine eher geringe Rolle.«

Auf gut Deutsch: Den subtilen Unterschied von [past tense](#) und [present perfect](#) kennen viele. Kulturelle Unterschiede im sprachlichen Verhalten, zum Beispiel dass Briten und Amerikaner häufiger als wir einen verbindlichen, suchenden Kommunikationsstil pflegen, lernt man dagegen nicht aus dem Englischbuch. Deshalb spüren wir allenfalls diffus: Irgendwie verstehen sie sich aufs Reden, die Angelsachsen, und das eine oder andere in Sachen Gesprächskultur würde man sich gern von ihnen abschauen.

Es gibt Momente, da wäre es schön, verhandlungsstark wie Nancy Pelosi zu sein, ein gelassener Redner wie Apple-CEO Tim Cook, ein eleganter Anekdotenerzähler wie Benedict Cumberbatch oder geistreich wie Maggie Smith in *Downton Abbey*. Und

auch wenn man selbst Produktmanager ist oder Staatsanwältin – wenn die Verkäuferin in einem GAP-Store geduldig die siebte Jeans vorschlägt, weil man die Waschung gern eine Nuance anders hätte, dann weiß man: Die angelsächsische Kundenorientiertheit täte auch der eigenen Karriere gut.

Egal, ob sie mir live oder in Filmen, Büchern oder TV-Serien begegnen, die englisch-amerikanischen Sprachmanieren faszinieren mich: Woher beziehen die gewandten UK/US-Rhetoriker ihren sprachlichen Schliff? Nehmen wir als Außenstehende vornehmlich die Ausnahmetalente rhetorischer [Have-it-alls](#) wie Barack Obama oder Oprah Winfrey wahr? Lassen wir uns vom Können cleverer Reden- und Drehbuchschreiber beeindrucken oder formulieren Briten und Amerikaner generell manches anders und vielleicht geschickter als wir? Wie verwandeln sie die Tatsache, dass Worte nicht immer so leicht kommen wie gewünscht, in einen weltberühmten Song und einen kommunikativen Vorteil obendrein? Nutzen sie Mittel und Wege, die wir, taub für die feinen Unterschiede zwischen englischem und deutschem Sprachverhalten, bisher unterschätzt oder übersehen haben?

Für diese Annahme spricht, dass Menschen sich tendenziell schwer damit tun, interkulturelle Differenzen zu erfassen. Weil uns mit Engländern und Amerikanern so vieles verbindet, glauben wir, ihre Kultur besonders gut zu kennen, und verlieren den Blick dafür, dass unsere Sprachen sich nicht nur in Wortschatz und Grammatik unterscheiden, sondern oft auch in der Art, etwas auszudrücken.

Die mangelnde Wahrnehmung solcher kultureller Ungleichheiten stört die Konversation im englischsprachigen Ausland, wo man uns Deutsche als ungeschickt im Smalltalk und übereifrig im Business Talk empfindet. Viel wichtiger aber: Unser blinder Fleck

für die Unterschiede im Sprachhabitus beraubt uns der Chance, von vorteilhaften Kommunikationsmustern zu lernen. Dieses Buch schließt die Lücke. Es geht der Frage nach: Was haben Briten und Amerikaner, Australier und Kanadier, was wir nicht haben? Was genau machen sie anders und vielleicht sogar besser? Vor allem aber:

Welche angelsächsischen Erfolgsmuster können wir mit Gewinn für uns nutzbar machen?

Was haben sie, was wir nicht haben?

Der Philosoph Ralph Waldo Emerson formulierte in weiser Voraussicht: »Konversation ist eine Kunst, in der ein Mensch mit der gesamten Menschheit konkurriert.« Heute hat die Globalisierung auch die Kommunikation erreicht: Wer klug ist, schaut über den Tellerrand und vergleicht die heimischen Gesprächsmuster mit erfolgreichen Verhaltensweisen in anderen Ländern.

Lassen Sie sich deshalb auf eine Reise ein: Gehen Sie auf Entdeckungstour durch Großbritannien und die USA und schauen Sie von dort auf unsere eigenen Verhältnisse. Die ungewohnte Perspektive rückt Erkenntnisse ins Licht, an die Sie so noch nie gedacht haben, und adelt typisch englisches und amerikanisches Kommunikationsverhalten, das Ihnen bisher vielleicht irritierend oder suspekt erschien. Gerade wenn Sie in Sachen Kommunikation schon vieles kennen, profitieren Sie vom Blick über Kanal und Teich. Je mehr wirksame Kommunikationsmethoden Sie prüfen und verinnerlichen, desto mehr steigen Ihre Chancen auf Einfluss und Erfolg – beruflich, aber auch weit darüber hinaus.

Welche Gesprächsmuster sind es nun, die deutsche und englische Muttersprachler unterscheiden? Systematisch ermitteln lassen sie sich nicht. Legen wir deshalb ganz pragmatisch die sprachlichen Verhaltensweisen zugrunde, die in unseren Augen so britisch sind wie **Yorkshire pudding** oder so amerikanisch wie **Mickey Mouse**. Dann hebt sich die angelsächsische Gesprächskultur durch folgende neun offenkundige Besonderheiten von der unseren ab.

Anrede In den englischsprachigen Ländern ist geschafft, was sich bei uns viele wünschen: eine einheitliche Anrede, ohne den Kampf und Krampf ums Sie oder Du. Doch was so wunderbar informell wirkt, ist nicht ohne Fallstricke. Wo sich die meisten beim Vornamen nennen, tobt sich das Spiel um Nähe, Distanz und die feinen sozialen Unterschiede eben auf anderen Gebieten aus. Woraus sich ablesen lässt: Offenbar lassen sich Menschen nirgendwo gern über einen Kamm scheren.

Smalltalk Mit dem Smalltalk haben die Angelsachsen eine Kommunikationsform erfunden, die bei uns jahrzehntelang nichts und dann plötzlich als unverzichtbares Soft Skill galt. Inzwischen halten auch wir beim kleinen Gespräch ganz ordentlich mit. Trotzdem sind uns Briten und Amerikaner ein paar hundert Jahre Erfahrung voraus.

Enthusiasmus **How are you this morning? – Good! How are you?** Der herzliche Ton, in dem sich auf Englisch Wildfremde begrüßen, ist auf der Welt einzigartig. Amerikanern ist er als Zeichen von **good attitude** zur zweiten Natur geworden und auch wir täten gut daran, wenigstens eine Light-Version davon zu pflegen. Denn der positive Sound überwindet Fremdheit und beflügelt die Kreativität.

Konfliktmanagement Briten und Amerikaner erkennen die Macht, die darin liegt, Spannungen klein zu halten. Wer nicht auf Krawall gebürstet ist, setzt auf Zwischentöne und bringt Probleme verklausuliert zur Sprache. Der abgefederte Kommunikationsstil erspart Stress und Peinlichkeiten und bietet beste Voraussetzungen, den eigenen Standpunkt wohl-erzogen zu vertreten.

Humor Vor allem auf der britischen Insel unterströmt der Spaßmodus jedes noch so ernste Gespräch. Witz und Selbstironie genießen höchstes Ansehen und haben eine wichtige soziale Funktion: Sie sorgen dafür, dass Smalltalks unterhaltsam und Konflikte halb so wild verlaufen, bringen neue Perspektiven ins Spiel und bieten die Möglichkeit, unter dem Deckmantel des Unernstes eigentlich Unsägliches zur Sprache zu bringen.

Understatement Bei uns gilt: Erfolgreich ist, wer die eigene Leistung gekonnt in Szene setzt. In den angelsächsischen Ländern verhält es sich umgekehrt: Klasse zeigt, wer sich nicht so wichtig nimmt. Ob im Sport oder im Meeting: Wer auf sich hält, macht sich kleiner, als er ist – und verfügt damit über ein Erfolgsgeheimnis, das vor allem die ganz Großen elegant für sich zu nutzen wissen.

Professionelle Freundlichkeit Amerika ist in Sachen Kundenzufriedenheit die Nummer eins, Deutschland liegt weit abgeschlagen elf Ränge dahinter. Vielleicht ist es das Bild vom Kunden als König, das uns das Dienstleisten so schwer macht. Disney, Starbucks & Co. sehen dagegen ihre Kunden als Gäste an, die man als Gastgeber verwöhnt und umsorgt. Dass die Liebenswürdigkeit standardisiert ist, tut der Wirkung keinen Abbruch: Was zählt, ist die Erfahrung, als Kunde geschätzt und willkommen zu sein.

Vortragsstil Zwischen dem angelsächsischen und germanischen Vortragsstil liegen Welten. Während wir bevorzugt sachlich und streng faktenorientiert präsentieren, setzen die Amerikaner und Briten darauf, ein Publikum zu fesseln und Themen effektiv zu inszenieren. Das eine oder andere Detail bleibt dabei schon mal außen vor. Dafür klingen angelsächsische Reden bildhafter und persönlicher. Man könnte auch sagen: gehirngerechter.

Die feine angelsächsische Art Für uns ist die feine englische Art genau wie das Prädikat Gentleman ein Schlüsselwort, das für gute Manieren und einen gehobenen Habitus steht. Tatsächlich umfasst das Wort aber noch mehr: Es kennzeichnet ein soziales Verhalten, das durch Wohlwollen und Wohlerzogenheit überzeugt, als Verhaltenskodex international angesehen ist und mehr durch Zurückhaltung kommuniziert als durch Wortgewandtheit.

Was Sie in diesem Buch erwartet

Nun gibt es natürlich den typischen Engländer oder Amerikaner genauso wenig wie den typischen Deutschen, Österreicher oder Schweizer. Deshalb sind die Spracheigenschaften, die wir den Angelsachsen nachsagen, bis zu einem gewissen Grad Klischeevorstellungen. Zudem stehen sie in Verbindung mit einem Sozialverhalten, das eher in der **middle** und **upper class** zu finden ist als bei amerikanischen Redneck-Prolls oder britischen Party-Touristen.

Dieses Buch nimmt sich deshalb die Freiheit zur Unschärfe: Weder spiegelt es die gesamtgesellschaftlichen Verhältnisse wider

noch trennt es akribisch zwischen amerikanischem und britischem Englisch. Es spart auch weitgehend aus, was die Angelsachsen nicht können oder was in diesen düsteren Zeiten am Kommunikationsstil einzelner Landsleute missfällt.

Stattdessen rückt es traditionelle angelsächsische Stärken und Werte in den Mittelpunkt. Pragmatisch und undogmatisch importiert es typische Ausdrucksformen, die im Deutschen weniger ausgeprägt vorhanden sind – mit denen aber auch wir unser Verhaltensrepertoire vorteilhaft anreichern können. Nachdem Sie dieses Buch gelesen haben, wissen Sie nicht nur, warum in England Bescheidenheit Pflicht ist, was wir von den Amerikanern in Sachen Freundlichkeit lernen können und warum so viele Frauen Colin Firth unwiderstehlich finden. Sie haben auch den Sinn und die Wirkung der neun englisch-amerikanischen Erfolgsmuster so detailliert aufgeschlüsselt kennengelernt, dass Sie sie beruflich und privat als Gesprächsstrategien einsetzen können.

Die Anregungen und Vorbilder, auf die Sie dabei treffen, sind nicht ohne. Viele der Dialogbeispiele in diesem Buch stammen nämlich aus Filmen, Politikerreden, TV-Serien, Unterhaltungsbestsellern und der anspruchsvollen Literatur. Lesen Sie die Beispiele auf Deutsch, Englisch und manchmal auch in beiden Sprachen – je nachdem, wie eine kommunikative Nuance sich am deutlichsten vermittelt. Weil Originaldialoge aus Büchern und Filmen konzentrierter und weniger von Banalitäten durchsetzt sind als Alltagsdialoge, unterstützen sie genau das, worauf dieses Buch abzielt:

ein Lernen vom Besten, was uns die
Traditionalisten des guten Tons und die Meister
der zwanglosen Herzlichkeit zu bieten haben.