Amerika und die Anderen

Krauts, Colonel Klink und andere Klischees

Fremden-feindlichkeit

Als der Radio-Talkmaster David Newman seine Zuhörer in und um Detroit, Michigan, einlud, zum Thema »Die Übernahme von Chrysler durch die Deutschen« anzurufen, glühten die Telefonleitungen – beziehungsweise die Sendemasten für Mobiltelefone. Am Ende der Sendung konnte Newman noch immer nicht fassen, was er mit seiner Themenwahl losgetreten hatte. Die Reaktion seiner Detroiter mit *xenophobic* (fremdenfeindlich) zu bezeichnen, klang fast noch beschönigend.

Die Zuhörer, erbost über den massiven Arbeitsplatzabbau, den der Einstieg von Daimler bei Chrysler zur Folge hatte, machten ihrem Ärger einmal so richtig Luft. David Newman: »I had to remind them to be civil« (Ich musste sie dazu ermahnen, die Form zu wahren). Kein Wunder, denn neben typischen Klischees wie »beer-guzzling Krauts with sausage breath« (biersaufende Sauerkrauts mit Wurst-Mundgeruch), griffen die Anrufer auch auf Altbewährtes aus dem Zweiten Weltkrieg zurück: »These damn Nazis!«, die Jobs würden sie einem stehlen, Chrysler in den Ruin treiben, um dann nur noch deutsche Wagen zu verkaufen. »Mercedes uber alles!« konnte ein Anrufer, wenn auch umlautlos, zur Diskussion beitragen. Ein anderer verlegte sich gleich auf Obszönitäten wie »F... the Germans!«.

> *»They'll like you because you're a foreigner. They love foreigners; it's just strangers they hate.«*
>
> Jonathan Raban

Die Radio-Diskussion war der vorläufige Höhepunkt eines deutsch-amerikanischen Dramas, das wegen des misslungenen Starts eines Firmenzusammenschlusses zur Tragödie ausuferte. Schon bei der Übernahme von Chrysler durch den deutschen Autobauer anno 1998 – damals noch als »merger among equals« (Fusion unter Gleichen) bezeichnet – waren erste Differenzen zutage getreten. Der ehemalige Kommunikationschef Steve Harris setzte sich schnell zur Konkurrenz ab und gab als Grund für den Wechsel die *cultural gap* (wörtlich: Kulturlücke) zwischen Deutschen und Amerikanern an: Die Deutschen waren ihm zu sehr auf Analysieren, Planen und Kalkulieren bedacht. »The American way is to try for the impossible and keep coming up with new ideas to make it happen.« Echt amerikanisch sei es, das Unmögliche anzustreben und sich zu dessen Verwirklichung laufend neue Sachen einfallen zu lassen.

Cultural Gap

Damit glorifiziert Harris natürlich den amerikanischen Pionier- und Erfindergeist. Andererseits gilt es neidlos anzuerkennen, dass man mit dieser Strategie immerhin bis zum Mond und zurück kommt. Oder zu Computern, die durchs Internet *browsen*. Und zu Autos, die so kuschelig sind, dass man selbst zum Essen, Trinken oder Sich-Lieben nicht aussteigen möchte – und dies dank der bedienerfreundlichen Bauart auch nicht muss. Klare Sache, der technologische Fortschritt der letzten 200 Jahre ist weitgehend amerikanischem Know-how zu verdanken. Auch heute noch können sich viele Amerikaner rückhaltlos für *gadgets* und *gizmos* (technischen Schnickschnack) begeistern.

Lust an der Technik

Im Bereich Technik wäre daher zu erwarten gewesen, dass sich die Amerikaner mit ihren deutschen Vettern bestens verstanden hätten. Ausreichend technikverliebt schienen beide.

Overengineering

Doch schnell waren die mit den Amerikanern zusammenarbeitenden Deutschen mit dem alten Keulenargument der Oberflächlichkeit bei der Hand. Die Amerikaner seien so oberflächlich, sowohl was ihre leichtfüßigen Firmenstrategien beträfe, als auch in Bezug auf ihre Autos, denen mehr Schein als Sein unterstellt wurde. Übersehen wurde dabei allerdings ein zentraler Punkt: Ein Mittelklassewagen amerikanischer Prägung, selbst wenn das Fahrwerk mit simplen Blattfedern auskommt, erfüllt nahezu ideal die Anforderungen seiner Fahrer. Als Mister Morgenson, der ehemalige Geschichtslehrer meiner Frau, uns seinen neuen Chrysler vorführte, betonte er weder Fahrleistungen noch Fahrwerk, sondern den Umstand, dass sich Belüftung und Klimaanlage individuell für jeden Sitz regulieren ließen. Der Motor muss das Gefährt auf den amerikanischen Highways ohnehin kaum schneller als 65 Meilen (105 km) pro Stunde bewegen, und wer jeden Tag zweimal im Stau steht, hat von einem Außenluftfilter deutlich mehr als von dreifach querversteiften Hubbeldubbel-Querlenkern. Einem deutschen Ingenieur mag das oberflächlich erscheinen, für einen Amerikaner ist dieser Ansatz einfach nur vernünftig. Umgekehrt hat er für das *overengineering* (technologische Überdrehtheit) deutscher Herkunft meist keinen Bedarf.

Praktischer Nutzen

Sehr gefragt hingegen ist *usability* (praktischer Nutzen). Praktisch und nützlich beispielsweise sind zwei zusätzliche Sitze, die sich bei Bedarf vollständig versenken lassen. Als Honda begann, einen derartigen Van anzubieten, war es um die Fahrzeuge der Konkurrenz geschehen. Mein Schwager Mike musste dreieinhalb Monate auf seinen 2001er *Odyssey* warten, eine für Amerika unerhört lange Wartezeit. Einen Van von Chrysler hätte er ab Lager haben können, noch dazu mit einem satten Rabatt von rund 3000 Dollar.

Qualität aus Fernost

Wäre Albert Morgenson ein paar Jahre jünger, er hätte mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit keine Limousine, sondern ebenfalls einen Van erstanden. Wahrscheinlich sogar einen aus japanischer Produktion: Noch immer gelten amerikanische Konsumenten – anders als die verärgerten Detroiter aus David Newmans Radiosendung – als xenophil: Was aus Japan, Deutschland oder der Schweiz kommt, kann gar nicht so verkehrt sein. Wenn es nur nicht immer so teuer wäre. Als Chrysler vor einigen Jahren die Probe aufs Exempel machte, wurden identische Prototypen immer dann deutlich besser bewertet, wenn an ihnen japanische Herstellernamen zu finden waren: Ein und dasselbe Auto erhielt als Toyota oder Honda eine Traumnote, als Chevrolet oder Chrysler nur ein schlappes Befriedigend.

Kaufen aus Patriotismus

Die Kampagne »Buy American!« konnte gegen derart verfestigte Präferenzen wenig ausrichten: Gekauft wurde weiter, was als qualitativ hochwertig erkannt wurde. Amerikanische Produkte zogen den Kürzeren, konnten allenfalls über den Preis mithalten. Nachhaltige Hilfe brachten erst striktere Zollgesetze. Um die hohen Einfuhrzölle zu umgehen, lassen japanische Großkonzerne mittlerweile japanische Produkte in Amerika montieren, seien es Honda-Automobile oder Toshiba-Laptops. Wenn auch die Profite nach Japan abfließen, so bleiben doch wenigstens die Jobs in Amerika. Bei Profiten, die direkt nach Deutschland wandern, wird meist kritischer kommentiert.

Ressentiments auf Grund deutscher Geschichte

Nazi-Vergangenheit

In den Beziehungen der Amerikaner zu den Deutschen wird sich die Rolle der Geschichte auch in Zukunft nicht ausblenden lassen. Noch während meines ersten Semesters an der *Washington University* wurde ich vom *International House* der Universität, einer dem Auslandsamt angeschlossenen Begegnungsstätte, gebeten, einen kurzen Vortrag zum Verhältnis meiner Generation zu Nazi-Zeit und Holocaust zu halten. Da musst du nun durch, dachte ich mir und hielt den Vortrag – ganz ohne jede »Gnade der späten Geburt«-Ausreden. Niemand wird Ihnen, nur weil Sie Deutscher sind, eine persönliche Schuld oder Mitverantwortung an *Holocaust and World War II* anhängen, doch jeder Amerikaner erwartet ernsthaftes Bedauern Ihrerseits, auch wenn Sie so jung sind, dass der Horror schon Generationen zurückliegt.

Deutscher Akzent

Im Alltag freilich wird Sie die deutsche Geschichte wenig belasten, auch wenn Sie zuweilen argwöhnisch mit den Deutschen-Klischees aus Film und Fernsehen verglichen werden. Allein unsere teutonische Satzmelodie und Aussprache machen uns (Deutsche, Österreicher und Schweizer), ohne dass wir viel dagegen tun könnten, zu Fleisch gewordenen Vertretern des alten Fernseh-Nazis *Colonel Klink*. Die meisten Amerikaner finden das weder schreck- noch schauerlich (der Colonel Klink ist ja im Grunde eine Witzfigur), sondern unterhaltsam und exotisch: »I l-o-v-e your accent!«

Richtig plump mit der Nazivergangenheit konfrontiert wird man nur in Extremsituationen: Ein betrunkener Partygast fand es vor ein paar Jahren einmal recht heiter, mich mit »Heil Hitler« zu begrüßen. Und bei schlimmen Streitereien können längst verdrängt geglaubte Ressentiments wieder hervorbrechen: Von *Kraut* bis *sausage breath* ist dann alles möglich.

Tipps & Know-how

Cool bleiben!

- Solche und andere anti-deutsche Attacken dürfen freilich nicht als symptomatisch gelten. Amerika – wenn so pauschal geurteilt werden darf – geht mit seinen Fremden überwiegend freundlich um. Packt man Sie dennoch mal ein wenig härter an, suchen Sie den Grund nicht in Ihrer Nationalität oder Ihrem Ausländersein.

- Bleiben Sie freundlich, klären Sie – wenn nötig – Missverständnisse mit ein paar dürren Worten auf (nur nicht schulmeisternd werden!) und gehen Sie schnellstmöglich zum Tagesgeschäft über.

- Verhalten Sie sich diplomatisch, und lassen Sie sich auf keinen Fall provozieren!

Wundersames Sozialsystem

Verlangen Sie nicht übermäßig viel von den Geschichts- und Landeskenntnissen der Amerikaner. Natürlich finden sich Europaexperten in den USA, die jedem hiesigen Gelehrten das Wasser reichen können, doch dieses Wissen findet sich nicht in der Breite der Bevölkerung. Wenn ich, was nur selten vorkommt, nach Einzelheiten über Deutschland gefragt werde, verblüffe ich die Zuhörerschaft gern mit Beschreibungen unseres Systems der sozialen Sicherung. *Collecting unemployment money* (Arbeitslosengeld kassieren), *child benefits* (Kindergeld) und *socialized medicine* (Kranken-Zwangsversicherung nach dem Solidaritätsprinzip) rufen immer wieder ungläubiges Staunen hervor, das erst dann endet, wenn ich von unseren Steuersätzen und der Höhe der Sozialabgaben berichte.

Tipps & Know-how

Schattenseite: Arbeitslose in San Francisco

Wer nicht flötet, ist ein Muffel

Nett und oberflächlich

»Ach, die Amis sind ja so oberflächlich.« Von allen Urteilen über amerikanische Eigenheiten hört man das der Oberflächlichkeit wohl am häufigsten. Doch Amerikaner haben *superficiality* als Etikett nicht verdient. Sie sind genauso wenig alle oberflächlich, wie die Deutschen alle sauber, fleißig und effizient sind. Pauschalisierungen haben ihre Tücken. Vorsicht, wenn man den Amerikanern zum Beispiel ihre Umgangsformen ankreidet. Ein Volk von oberflächlich Freundlichen seien sie, heißt es da schon mal, denen wahre Herzlichkeit fehle. In der Tat beherrschen Amerikaner ein umfassendes, erbarmungslos eingesetztes Repertoire an Freundlichkeitsfloskeln. Das oft vernommene »You're welcome!« hatte ich bei meinem ersten USA-Besuch noch für ein »Herzlich willkommen!« gehalten, bis es mir nach drei Tagen dämmerte, dass nichts anderes als »Gern geschehen!« gemeint war. Auch beim Diskont-Markt fehlt es nicht an Freundlichkeiten: »Thank you for shopping at Wal-Mart« bekommt jeder Kunde an der Kasse zu hören.

Zwei Strahlemänner aus Tennessee

Diese Dankesphrase gibt es auch bei anderen Kettendiscountern regelmäßig auf die Ohren. Unsere unterkühlt-zentraleuropäische Art lässt uns hier an Schauspielerei, Falschheit und – jawohl – Oberflächlichkeit denken. Doch keine dieser drei Unterstellungen trifft den korrekten Sachverhalt, denn richtig ist allenfalls, dass die Dame an der Kasse nur ihren Job erledigt, und dazu gehört nun einmal, dem Kunden ein Dankeschön mit auf den Weg zu geben. Es handelt sich um einfache konventionelle Höflichkeit, die allerdings für unsere Ohren – wie vieles andere auch – immer ein wenig exaltiert klingt. Ähnlich überdreht erscheint uns auch das allgegenwärtige »Have a nice day!«.

Der Grundwortschatz der Höflichkeit

Die uns störende Exaltiertheit amerikanischer Höflichkeitsfloskeln ist für Amerikaner nichts Außergewöhnliches. Niemand wertet ein süßliches »Have a nice day!« als negativ, es ist einfach nur normal. Würde sich die Person am *cash register* (Kasse) mit dem bei uns üblichen neutralen Tonfall (oder überhaupt nicht) verabschieden, hieße es gleich, Mann, was ein *grouch* (Stinkstiefel). Welche Laus ist denn dem/der über die Leber gelaufen? *What bit him/her*? Was hat denn den/die gebissen?

Ernst gemeinte Nettigkeit

Diese unterschiedliche Auffassung von Höflich- und Freundlichkeit belastet unseren Umgang mit den Amerikanern stärker als uns das meist bewusst wird. Manager, die von ihren deutschen, schweizer oder österreichischen Firmen in die Staaten entsandt werden, gelten bei ihren amerikanischen Mitarbeitern oft als unfreundlich und arrogant. Franz Xaver Ohnesorg, ein deutscher Impresario, schaffte es, trotz unbestrittener künstlerischer Qualifikationen, gerade einmal ein Jahr lang, sich an der New Yorker Carnegie Hall zu halten. Sein Führungsstil galt den Amerikanern als zu rigide. Auf diese Rigidität hin angesprochen, reagieren Europäer oft bass erstaunt. Man komme doch gut miteinander aus, verstehe sich prima und habe keinerlei Probleme. Dass sich die US-Mitarbeiter dennoch nicht wohl fühlen, bleibt den Chefs aus Europa verborgen. Annie McDougal, die für ein deutsches Softwarehaus arbeitet, muss nicht lange überlegen, als ich sie frage, weshalb die Amerikaner mit ihrem deutschen Chef nicht warm werden. Ihr Chef, meint Annie, könne nicht *schmooze*-n. *Schmoozing* – das dank jiddischer Wurzel wie *schmusen* klingt – ist der amerikanische Begriff fürs Bauchpinseln, Schmeicheln und Honig-ums-Maul-Schmieren. Amerikanische Chefs beherrschen die Kunst des Lobens aus dem Effeff. Anstatt in einem Meeting einfach zu fragen: »John, was hältst du von dem Vorschlag?«, leitet der Chef seine Frage mit einem dicken Lob ein: »John, du hast dich doch die letzten Wochen intensiv mit diesem Thema beschäftigt und hast mehr Ahnung von dieser Sache als wir alle zusammen. Wie wär's, wenn du uns mal deine Einschätzung zu diesem Vorschlag verrätst?« Gutes *schmoozing*. Die Chinesen nennen das »jemandem Gesicht geben«. Ein derartig öffentlich aufgewerteter Mitarbeiter wird sich auch weiterhin Vorder- und Hinterbeine für seine Firma ausreißen.

Schmoozing

Schon die Wortwahl verrät den *schmoozer*. »There are a few things I would like to share with you.« (Es gibt da ein paar Dinge, die ich mit euch teilen möchte.) Wie nett, denken die Mitarbeiter, da möchte einer etwas mit uns teilen, uns einbeziehen, uns nicht einfach mit bereits gefällten Entscheidungen konfrontieren. Doch weit gefehlt, hier wird einfach von oben nach unten informiert oder gar befohlen. Die Wortwahl ist nur schöne Verpackung. Die

Bittere Wahrheiten hinter zarten Worten

Amerikaner kennen das Spiel, ein europäischer Mitarbeiter ist eventuell verärgert über die Mogelpackung. Auch hier hilft es, nicht wortwörtlich, sondern dem Sinn nach zu übersetzen: Aus *teilen* machen Sie *mitteilen,* schon stimmt es wieder.

Pink Slips

Extrem wird das *schmoozing,* wenn Ernstes hinter einer Fassade von Freundlichkeiten versteckt wird. Zahllos die Fälle, in denen Angestellte ins Büro des Vorgesetzten bestellt werden, dort erzählt bekommen, welch Gewinn sie für die Firma seien, wie sehr man sie schätze, doch leider, leider müsse man sie »gehen lassen«: »We have to let you go.« Dann vielleicht doch lieber ein direktes »You are fired!« auf einem *pink slip,* dem rosa Zettelchen, das früher mit in die Lohntüte gesteckt wurde und das heute in den USA als Synonym für »Entlassung« steht.

Tipps & Know-how

Nur niemanden verletzen

- Immer wieder werden Sie auf Belege dafür stoßen, dass Amerikaner niemandem wehtun möchten. Die Sprache bemüht sich, Formen zu finden, die es nicht nur allen recht machen, sondern zugleich noch dafür sorgen, dass allenthalben gute Stimmung herrscht. Das mag missmutige Europäer stören, schafft in einem kulturell so vielfältigen Land aber ein weitgehend unproblematisches Miteinander.
- Falls es Sie tröstet: Wer beim *schmoozing* dauernd zu dick aufträgt, der verliert auch in den USA schnell an Glaubwürdigkeit. Für uns und unsere berühmte Reserviertheit freilich gilt: Wir können es gar nicht arg genug treiben. *Schmoozen* Sie, was das Zeug hält! Alle werden Sie für einen ungewöhnlich netten Menschen halten.

I love it!

Warum müssen Amerikaner alles immer gleich *lieben*? *I love ice cream.* – *I love your accent.* Auch bei diesen Aussagen fällt uns Mitteleuropäern gleich wieder das Stichwort Oberflächlichkeit ein. Derart häufige Liebesbekundungen zu allem Möglichen irritieren uns eher. Ein kleiner sprachlicher Hinweis mag da einrenkend wirken: Übersetzen Sie bei solchen Wendungen das Wort *love* mit *mögen, gefallen* – und schon ist alles repariert. *To love* hat in Amerika eine deutlich andere Wertigkeit als *lieben,* so wie *to hate* längst nicht so stark ist wie *hassen.* Der Sprach- und Kulturhintergrund, mit dem wir an die Amerikaner herangehen, verführt uns zu derartigen Fehlinterpretationen.

Lexikon

Freundliche Phrasen

Eine Freundlichkeit, auch wenn sie nur routinemäßig geäußert wird, ist einer routinemäßigen Unfreundlichkeit vorzuziehen – meinen die Amerikaner und handeln entsprechend. Selbst ein vorgetäuschtes Lächeln ist besser als gar keins, denn es hebt die Laune bei den anderen und bei einem selbst. Fürs freundliche Miteinander sollten Sie die folgenden Grund-Floskeln parat haben:

- *Nice to meet you.* Schön, Sie kennen zu lernen.
- *Nice to meet you too.* Ganz meinerseits. (Wörtlich: Auch schön, Sie kennen zu lernen.)
- *Have fun.* Viel Spaß.
- *Enjoy.* Viel Vergnügen. (Wörtlich: Genieße!)
- *Enjoy your stay.* Genießen Sie Ihren Aufenthalt
- *Thanks so much.* Herzlichen Dank.
- *Could.* Der Konjunktiv *could* ist allemal besser als das schnoddrige *can.*
- *Could you please ...?* – und schon haben Sie Ihre Frage oder Bitte auf den richtigen Weg gebracht.
- *Here you go!* Jemandem etwas wortlos zu reichen wirkt plump. Niemand wird Ihnen Ihr Ticket oder Ihre Quittung wortlos über die Theke schieben, stets wird ein freundliches *Here you go!* oder *Here you are!* (Bitteschön!) diese Handlung begleiten.
- *Thank you* oder *Thanks* müssen Sie darauf antworten.
- *You're welcome!* (Gern geschehen!) wird von der anderen Seite ertönen.
- *Sorry, I didn't get that.* Ich habe das leider nicht verstanden.
- *Gesundheit!* Mit amerikanischem Tonfall ausgesprochen ist »Gesundheit« der richtige Wunsch an einen niesendem Menschen. Gängiger jedoch ist *Bless you!*, die Kurzform für *God bless you!* (Gott segne dich!).

Begrüßungsritual

Tipps & Know-how

In einem Land, das sich auch im privaten Bereich durchweg mit antibakteriellen Seifen und Mundwässern ausstattet (das gute Gurgelwasser *Listerine* muss man mal probiert haben), sollte der Bakterienaustausch über schweißige Handflächen weitgehend unterbleiben. Doch beim Vorstellen führt auch in den USA kein Weg am Austausch von *germs* (Keimen) vorbei: Die Hand ausstrecken, kurzes Händeschütteln und dazu *Nice to meet you* sagen. Als Erwiderung kommt dann ebenfalls ein *Nice to meet you* zurück. Wenn Sie mit *How do you do* gegrüßt werden, sollten Sie antworten: *How do you do* (Ostküste, britischer Einfluss). Oder: *I'm fine, and you*? Der Witz dabei: Kein Mensch würde hier je eine Aufzählung persönlicher Befindlichkeiten seines Gegenübers erwarten. Es handelt sich um ein reines Frage- und Antwortritual.

Eigenheiten und Eigenarten

Schnaps in Tüten

Mein zweitliebstes Vorurteil, gleich nach dem der Oberflächlichkeit, ist das der Heuchelei (*hypocrisy*). Amerikaner täten immer so, als seien sie Heilige, dabei hätten sie's doch faustdick hinter den Ohren. Bei manchen Kritikern fällt die gesamte Außenpolitik der USA unter dieses Schema. Wer's kleiner mag, führt die *brown bags* an, die braunen Papiertüten, in denen Bierdosen oder auch Schnapsflaschen versteckt werden, wenn in der Öffentlichkeit – besonders am heiligen Sonntag – gepichelt wird.

Tatsächlich ist Alkohol nicht im gleichen Maße zugänglich wie in Mitteleuropa. *Liquor stores* (Schnapsläden) haben, im Gegensatz zu anderen Läden, am Sonntag geschlossen, und so mancher Bundesstaat verbietet selbst denjenigen Supermärkten, die über eine Alkoholkonzession verfügen, den Verkauf. Gestattet ein Bundesstaat den sonntäglichen Verkauf, so besteht immer noch die Möglichkeit, dass der öffentliche Genuss verboten ist. Folglich greifen Straßentrinker zur verhüllenden Tüte.

Als besonders heuchlerisch vermag das Verkaufs- und/oder Trinkverbot allerdings keiner zu sehen. Die Argumentation für derartige Beschränkungen verläuft eher mit Verweis auf Jugendliche, denen der Fusel nicht auf dem Präsentierteller serviert werden soll, und auf die privat jederzeit mögliche Einnahme eines Schlückchens.

Das Zugluft-Syndrom

Erhellend für unser Verhältnis zu Amerika ist immer auch, was Amerikaner zu den Absonderlichkeiten unseres europäischen Alltags zu sagen haben. Seit ihrem ersten Besuch in Deutschland wundert sich Pamela über den sommers wie winters zu hörenden Ausruf »Es zieht!«. Wehe, wenn in der unklimatisierten Straßenbahn bei 40 Grad Innentemperatur ein Fenster geöffnet wird: »Hier zieht's! Da holt man sich ja den Tod.« Sollten Sie unter Zugluft leiden, bleiben Sie lieber zu Hause. In den USA zieht's immer. Da mag man Luftbewegungen. Wahrscheinlich, weil es so wenige gibt. In vielen Gebäuden lassen sich die Fenster überhaupt nicht öffnen, sodass die gefilterte und klimatisierte Frischluft nur übers Gebläse in die Büros oder Restaurants dringen kann. So haben wir die paradoxe Situation, dass die Amerikaner, die rein gar nichts gegen Frischluft haben, hinter nicht zu öffnenden Fenstern verschmachten, während Deutsche, Österreicher und Schweizer von der durch gekippte Fenster ungehindert einströmenden Frischluft in die Arme des Todes getrieben werden. Vielleicht sollten wir einfach die Länder tauschen. Der letztgültige Satz zum Thema Zugluft: »What Europeans call a draft, we call cross-ventilation.« (Was für Europäer Durchzug ist, nennen wir allseitige Belüftung.)

Zipperlein und Unwohlsein

Ach, mein Kreislauf! Vielleicht ist ja die viele Zugluft daran schuld, dass der Kreislauf bei uns schlapp macht. Einem Amerikaner werden Sie das in 100 Jahren nicht erklären können. Eine wörtliche Übersetzung wie *circulatory problems* führt bestenfalls zu Stirnrunzeln. Derartiges gibt es in Amerika einfach nicht. Wechseln Sie gegebenenfalls auf ein anderes Krankheitsbild. Oder erklären Sie: »I'm feeling a bit under the weather«, woraufhin Sie sofort eine

Haben Schlankheitsmittel nachgeholfen? Parade-Schönheit aus Cheyenne (Wyoming)

Pille angeboten bekommen: »Here, have an aspirin, a Tylenol, an Excedrin, an Ibubrofen.« Amerikas Arzneimittelschränke sind im Bereich *painkillers* (Schmerzmittel) genauso wohlsortiert wie auf dem *Antacid*-Sektor. Ohne viel Trara wird geschluckt, was die Fernsehwerbung anpreist.

Und in die *pharmacy* (Apotheke) muss man auch nicht unbedingt. Selbstmedikation – in Amerika kein Problem. In fast jedem Supermarkt gibt es ein Drogerie-Regal, gut bestückt mit den gängigen Mittelchen gegen Migräne, Vitaminmangel, Völlegefühl und sonstige Beschwerden. Der Nachschub ist gesichert. Die Preise sind erschwinglich. *Over the counter!* (Rezeptfrei!)

Erste Hilfe für den Umgang mit Amerikanern

Wortreich freundlich

Auch wenn New Yorker innerhalb der USA einen Ruf als ausgemachte Rüpel haben, dem Reisenden helfen sie meist freundlich weiter. Allerdings sollten Sie die Landesgepflogenheiten beachten, wenn Sie um Rat fragen: »Excuse me, madam/sir, could you please tell me how to get to Gate 2?« Diese freundlich formulierte Frage an Flughafenbedienstete gilt nicht als übertrieben höflich, das wäre sie nur in wörtlicher Übersetzung: »Entschuldigen Sie bitte gnädige Frau/mein Herr, könnten Sie mir bitte sagen, wie ich zu Gate 2 komme?« Auf Deutsch mag man's meist knapper und direkter. Wenn Ihr Englisch nur für Kurzformen wie »Where's Gate 2?« geeignet ist, hängen Sie wenigstens noch ein *please* an. Aufgrund Ihres Touristenstatus verzeihen Ihnen die Amerikaner so manchen Fauxpas, doch den guten Willen sollten Sie durch großzügig eingestreute Höflichkeitsfloskeln immer wieder durchblicken lassen. Also lieber einmal zu viel als einmal zu wenig *please* oder *sorry* sagen, damit niemand Sie für einen ungehobelten Ausländer hält.

Fußgängergewusel, Downtown Boston

»The Magic Word«

Die oft erwähnte Lockerheit und Zwanglosigkeit im Umgang miteinander darf auf keinen Fall mit einem Mangel an Höflichkeit gleichgesetzt werden. Auf fehlende *politeness* werden vor allem die Kinder gerne hingewiesen. Fehlt einmal das freundliche *please,* kommt prompt die Rückfrage der Eltern, die rein gar nichts mit Harry Potter zu tun hat: »What's the magic word?« Wie lautet das Zauberwort? Auch auf *Excuse me!* (Entschuldigung!) und *Sorry!* (Tut mir Leid!) wird gesteigerter Wert gelegt. Jeder Rempler, jede versehentliche Berührung, jedes Anstoßen braucht ein *Excuse me!*

Die Maxime, der alle Höflichkeitsformen unterzuordnen sind, lautet *You don't want to hurt his/her feelings,* du willst niemandes Gefühle verletzen. Dieser zartfühlende Umgang miteinander scheint so gar nicht zu der Schulter klopfenden Wild-West-Mentalität zu passen, die Amerikanern oft nachgesagt wird.

Der Vorname genügt

Dazu passt schon eher, dass man in Amerika schneller zum Vornamen greift. Amerikaner gelten als *casual* (informell), und ersparen Ihnen oft mit einem schnellen »Just call me Bob« die lange Anrede als *Mr. Soandso*. Da dürfen Sie natürlich nicht zurückstehen und warten nun Ihrerseits mit Ihrem Vornamen auf: »Okay, Bob. I'm Jack.« Oder auch: »You can call me Jack«.

Nur schwarze Kinder heißen Marcus

What's in a name sagen Englischsprecher – auch wenn sie Shakespeares Romeo und Julia nicht kennen – immer dann, wenn wir mit »Namen sind Schall und Rauch« anrücken. Dass Namen keineswegs bedeutungslos sind, zeigen die Unterschiede in der Namensgebung auf beiden Seiten des Atlantiks. Als wir unserem Ältesten den Namen *Marcus* verpassen wollten, hieß es sofort, dass nur schwarze Kinder als *Marcus* durchs Leben liefen. Nein, man habe rein gar nichts gegen Schwarze (»Some of my best friends are black«, lautet die Klischee-Rechtfertigung), aber als *Marcus* werde der Kleine nur unnötig gehänselt.

Auch sonst fällt es deutsch-amerikanischen Paaren nicht leicht, Namen zu finden, die in beiden Kulturen gleichermaßen akzeptabel sind. Zu Hause gelten Namen wie Alexander oder Lukas, Laura oder Anna als zumindest leidlich zeitgemäße, ja sogar modische Namen, Amerikaner hingegen empfinden sie als grässlich altmodisch. Kleine Amerikaner heißen *Brandon, Jarred, Kyle, Tyler* und *Zachary* – um nur einige Namen aus den Top-Twenty der letzten Jahre anzuführen. Kleine Amerikanerinnen werden oft *Amanda, Brittanny, Taylor, Ashley* oder *Rachel* genannt. Hinzu kommt immer ein zweiter Vorname, der so genannte *middle name,* der dann als *middle initial* (Anfangsbuchstabe des *middle name)* auf zahlreichen Formularen anzugeben ist. Unter anderem auf Ihrem Einreiseformular.

Die ewige Nummer Eins unter den Namen für Jungen lautet *Michael,* bei den Damen liegt *Jessica* vor *Ashley* und *Emily.* Es können Ihnen aber auch Amerikanerinnen namens *Gretchen* oder *Heidi* begegnen.

Den Vornamen Ihres Gesprächspartners sollten Sie dabei auf jeden Fall wiederholen, denn erstens fühlt sich geschmeichelt, wer seinen Namen hört, und zweitens dient die Wiederholung als Überprüfung, ob Sie richtig gehört haben. Gerade amerikanische Vornamen machen uns reichlich Mühe: Diejenigen, die wir zu kennen glauben, sprechen wir oft falsch aus (etwa Graham oder Kevin), und bei den uns unbekannten besteht ohnehin kaum eine Chance, sie auf Anhieb richtig zu verstehen. Fragen Sie im Zweifelsfall lieber nach: »I'm sorry, I didn't catch your name«, ich habe Ihren/deinen Namen nicht mitgekriegt. Die Nachhake-Frage »What was your name again?« wird beim Kennenlernen auch unter Amerikanern immer wieder gestellt: Wie war Ihr Name gleich wieder?

Tipps & Know-how

Fettnäpfchen vermeiden durch die richtige Anrede!

Du oder Sie?
Dass es im Englischen keinen Unterschied zwischen du und Sie gibt, ist nur auf den ersten Blick hin richtig. Zwar genügt *you* für du und Sie, doch heißt das nicht, dass im Englischen kein Unterschied zwischen förmlicher und informeller Anrede besteht: Schließlich lässt sich das *you* entweder mit dem Vor- oder aber dem Nachnamen kombinieren. Nicht immer ist man gleich auf *first name basis* (auf Du und Du), auch wenn das in den USA relativ schnell passiert.

Excuse me, sir! Yes, madam!
Auf jeden Fall zu vermeiden ist ein schlichtes *mister,* wenn Sie einen Herrn ansprechen, dessen Nachnamen Sie nicht kennen. Mit »Hey, mister!« machen Sie so ziemlich alles verkehrt, was verkehrt zu machen ist. An *sir* führt kein Weg vorbei. Für Damen lautet die entsprechende Form *madam* (superkorrekt) oder *ma'am* (umgangssprachlich). Die meisten höflichen Bitten lassen sich mit Rückgriff auf *sir* oder *ma'am* elegant einleiten: »Excuse me, sir/ma'am, could you please be so nice and...«

Ms. = Miz
Männern gegenüber fällt die formelle Anrede leicht: *Mr. Smith,* das war's dann. Bei den Damen wird's schon schwieriger, denn nicht jede Frau möchte per *Mrs.* oder *Miss* auf verheiratet oder ledig festgelegt werden. Elegant zu umschiffen ist das Problem mit der Anrede *Ms.,* gesprochen *Miz,* wobei das z für ein weiches, stimmhaftes S steht. Bestehen keine Zweifel daran, dass *Ms. Smith* verheiratet ist, darf die Anrede auch *Mrs. Smith* (gesprochen: *Misses)* lauten. Bei unverheirateten Frauen nahezu völlig verschwunden ist die Anrede *Miss* (Fräulein), die allenfalls noch bei Schulmädchen Verwendung findet. So etwa bei jobbenden *High-school*-Kids, die man durchaus mit »Excuse me, Miss, ...« ansprechen darf. Ein *ma'am* würde lächerlich klingen.

Gleichberechtigung = »politically correct«

Bei den meisten Berufsbezeichnungen gibt es ohnehin keine weiblichen Formen. Journalisten sagen einfach *I'm a journalist,* egal ob Mann oder Frau. Im Namen der politischen Korrektheit *(PC* oder *political correctness)* verschwinden als diskriminierend empfundene Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Statt *actress, waitress* und *chairman* (Schauspielerin, Kellnerin, Vorsitzender) heißt es nun neutral *actor, waiter* und *chairperson* (Schauspieler/in, Kellner/in, Vorsitzende/r).

Ihre besten Zeiten hat die political-correctness-Bewegung längst hinter sich. Was in den 1980ern aus den Universitäten in die Medien schwappte, war durchaus aufklärerisch gemeint, entwickelte sich aber schnell zu einem akademischen Treppenwitz: Normalen Menschen war nur schwer klarzumachen, dass die Diskriminierung von Frauen durch die Verwendung von *herstory* statt *history* zu überwinden sei. Dennoch hat die Debatte zur *political correctness* überall ihre Spuren hinterlassen, nicht nur im offiziellen Sprachgebrauch, wo aus *blacks* nun *African Americans* und aus Indianern *Native Americans* geworden sind, sondern auch in der Alltagssprache: Gerade am Arbeitsplatz überlegt man lieber dreimal, bevor man sich zu einem potenziell problematischen Scherz hinreißen lässt. So mancher Witz wird nicht gerissen, nur weil er – trotz toller *punch line* (Pointe) – als frauen-, fremden- oder minderheitenfeindlich angesehen werden könnte. Was nicht heißen soll, dass es in den USA keine politisch inkorrekten Scherze gäbe. Selbst in den Medien schwingt das Pendel inzwischen wieder weit zurück, so sehr, dass sogar eine Talkshow mit dem schönen Titel *Politically Incorrect* auf Sendung gehen konnte. Zu einer Sendezeit allerdings, die – zumindest beim Debüt – wieder einmal politisch äußerst korrekt war: Erst nach 22 Uhr durfte sich der Vorhang für den Abweichler-Talk heben.

Abschied nehmen

OK

Frische Bekanntschaften erwarten beim Abschied nicht nur ein kurzes »Good-bye«, sondern auch ein in dieser Situation obligatorisches »It was nice meeting you«, nett, Sie kennen gelernt zu haben. Falls der neue Job Ihres Gesprächspartners oder sein vor der Tür stehender Urlaub in Orlandos Disneyworld zur Sprache gekommen waren, dürfen Sie gerne noch »Good luck with your new job« hinzufügen beziehungsweise »Have fun at Disneyworld«. Ihr Gegenüber wird sich entsprechend revanchieren: »It was nice meeting you, too. Enjoy your stay.« Genießen Sie Ihren Aufenthalt. Was auch sicher gelingt, wenn Sie alle diese kleinen Sprechrituale verinnerlichen.

Tipps & Know-how

Where are you from?

Eine der üblichen Fragen beim Kennenlernen ist »Where are you from?«. Ihre Antwort darf sich gerne an Orten wie Vienna, Zurich oder Frankfurt orientieren: Mit »I live in a small town 80 miles south of Frankfurt« kann ein Amerikaner meist mehr anfangen als mit der Antwort »I'm from Rhineland-Palatinate« (Rheinland-Pfalz). Am besten legen Sie sich schon vor der Abreise eine schlaue Antwort zurecht. Meist jedoch werden die Amerikaner mit »I'm Austrian/German/Swiss« zufrieden sein. Auf geographisch exakte Daten kann meist verzichtet werden. »I'm Austrian« klingt übrigens besser als »I'm from Austria«, was uns Deutschsprechern normalerweise zuerst über die Lippen kommen will.

Ihr amerikanischer Gesprächspartner hat es mit der Antwort auf »Where are you from?« nicht leichter als Sie. Viele Amerikaner bringen in fünf Jahren mehr Umzüge und Hausverkäufe hinter sich als unsereins im ganzen Leben. Wenn irgendwo ein besserer Job lockt – oder wenn der Autoriese *General Motors* in Flint (Michigan) seine Fabriken dicht macht – dann ziehen die Familien den Jobs hinterher, wenn's sein muss, quer durchs ganze Land. Die Miet-Lastwagen der Firma *Ryder,* die *Ryder trucks,* denen Sie auf den US-Autobahnen genauso häufig begegnen werden wie den Miet-Anhängern von *U-Haul,* karren das gesamte Hab und Gut so mancher US-Familie von einer Ecke des Landes in die nächste. Wer so großgeworden ist, kann auf die Frage nach seiner Heimat bestenfalls antworten »I'm originally from Springfield, Georgia« und meint damit, dass er den größten Teil seiner Kindheit oder Schulzeit in Springfield verbracht hat.

Typisch ist dabei, dass jedes Mal der US-Bundesstaat mit angegeben wird. Ähnlich sollten es auch Sie halten, freilich können Sie auf Kanton oder Bundesland verzichten und, sollten Sie Kölner sein, einfach nur »I'm from Cologne, Germany« sagen. Einzig bei Weltstädten darf der Bundesstaat auch mal weggelassen werden. »I'm from New York« genügt ebenso wie »I'm from Paris«, vorausgesetzt der Sprecher lebt nicht in *Paris, Texas.* Ein wenig aufzupassen gilt es bei Washington. Hier konkurrieren Bundesstaat und Hauptstadt. Deswegen sollten Sie bei »I'm from Washington« gleich nachhaken: »Washington State or Washington D.C.?« *Washington State* heißt der nordwestlichste Bundesstaat, *Washington D.C.* ist die Hauptstadt. Wollen Sie den Bundesstaat New York besuchen, wird auch hier das nachgestellte *State* fällig. Fast noch öfter hört man aber: »I'm going to upstate New York«. Gemeint ist eine Reise in den Norden des Bundesstaates New York.