

objektiv

Deutschland

Person und Sache trennen.

amerikanische Wahrnehmung

Unpersönlich, distanziert, verkrampft,
risikoscheu, taktierend.

Empfehlungen an Deutsche

Sich mehr mit Präsentationsgegenstand verbinden.
„Ich“ öfter verwenden.
Anekdoten illustrativ platzieren.
Dramaturgie entwickeln.

U.S.A.

Person und Sache verbinden.

deutsche Wahrnehmung

Ambivalent: Neid, Abwehr
Nicht objektiv. Zu personifiziert.

Empfehlungen an Amerikaner

Weniger „I“ verwenden. Sich zurückhalten.
Anekdoten nur platzieren, wenn sie Fakten unterstützen.
Fakten und ihre Zusammenhänge durch Theorie erklären.

kompetent

Deutschland

Problem als Problem.
Problem lösen.

amerikanische Wahrnehmung

Probleme suchend, pessimistisch, negativ.
An Zuhörer und Chancen vorbei reden.

Empfehlungen an Deutsche

Problembewusst bleiben, aber anderes Vokabular wählen.
Gleichgewicht zwischen Problembewußtsein und
Optimismus.

U.S.A.

Problem als Chance.
Chancen wahrnehmen.

deutsche Wahrnehmung

Probleme und daher Gefahren übersehen.
Naiv, weiß nicht, wovon sie reden.

Empfehlungen an Amerikaner

Probleme beim Namen nennen.
Euphemismen vermeiden.
Weniger up-side, mehr down-side.

analytisch

Deutschland

Theoretisch, gesamtheitlich.
Mehrere Einflußfaktoren berücksichtigen.

amerikanische Wahrnehmung

Theoretisch, professoral, abgehoben,
verkomplizierend, unpragmatisch.

Empfehlungen an Deutsche

Gesamtheitlich vorgehen, aber Warnung geben, falls
Vertiefung nötig. Nicht Vollständigkeit, sondern Relevanz
und Präzision.

U.S.A.

Faktisch-anekdotisch, pragmatisch.
Sich auf das Wesentliche konzentrieren.

deutsche Wahrnehmung

Dünn, oberflächlich, vereinfachend.
Nicht fundiert, wichtige Faktoren übersehen.

Empfehlungen an Amerikaner

Methoden hinter den Daten beschreiben.
Mehr Details geben vs. für Fragen&Antworten behalten.

Deutschland

realistisch

Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft.

amerikanische Wahrnehmung

Rückwärts gewandt.
Wenig Vision.

Empfehlungen an Deutsche

Entstehungsgeschichte vermitteln, aber erst Hinweis geben,
warum notwendig.

U.S.A.

Gegenwart, Zukunft.

deutsche Wahrnehmung

Wissen nicht, woher es kommt.
Nicht durchdacht.

Empfehlungen an Amerikaner

Erst den Ausgangspunkt durch seine Vorgeschichte erklären.

überzeugend

Deutschland

Überzeugend informieren.
Auskunftspflicht.

amerikanische Wahrnehmung

Akademischer Vortrag.
Keine Abschlußfrage.

Empfehlungen an Deutsche

Amerikaner erwarten die Abschlussfrage.
Fordern Sie Zuhörer heraus, eine Entscheidung zu treffen.
Dazu dienen Ihre Aussagen.

U.S.A.

Überzeugend verkaufen.
Caveat emptor.

deutsche Wahrnehmung

Verkaufsveranstaltung, show, unseriös.
Manchmal sogar unehrlich.

Empfehlungen an Amerikaner

Die Zuhörer nicht mit der Abschlußfrage direkt
konfrontieren. Lassen Sie Ihre Argumente für sich sprechen.