



Moskaus neue Nüchternheit – Kein Wodka mehr aufs Geschäft

30. September 2010. Ausgerechnet im Wodka-Reich Russland musste Fußball-Bundesligist Schalke 04 bei seiner Kennenlern-Reise auf dem Trockenen sitzen. Der spendable Gastgeber Gazprom, Hauptsponsor des Vereins, hatte bei dem Treffen in der Konzernzentrale in Moskau zwar Leckereien vom Feinsten aufgeföhren – es gab Kaviar, gebratenen Stör und französischen Wein – doch das hochprozentige Nationalgetränk fehlte, so eine Pressemeldung. "Wir mussten abends selbst eine Flasche auftreiben, um in Russland wenigstens einmal mit Wodka anzustoßen", erinnert sich ein Delegationsmitglied an die Reise.

Dass in Russland bei jedem Geschäftsabschluss oder wichtigen Wirtschaftstreffen der Schnaps aus Wassergläsern hinuntergekippt wird, zählt zu den ewigen Klischees. Die Realität ändert sich jedoch – zumindest auf der Top-Ebene im Wirtschaftsleben. „Allenfalls ein Glas Wein zum Mittag oder abends auch mal ein frisch gezapftes Bier gönnt sich die neue Generation russischer Spitzenmanager", berichtet ein Unternehmensberater in Moskau.

In der russischen Bevölkerung ist der exzessive Wodka-Konsum dagegen weit verbreitet. Alkoholmissbrauch gilt als häufigste Todesursache unter Männern im Alter zwischen 25 und 54 Jahren. Jährlich sterben in Russland Zehntausende an akuter Alkoholvergiftung. Wer zur rasant wachsenden Schicht der Wohlhabenden zählt, achtet verstärkt auf die eigene Gesundheit. "Wir brauchen nüchterne Kräfte, um als Konzern voranzukommen", erklärt ein Mitarbeiter aus der PR-Abteilung von Gazprom.

Russlands Manager orientieren sich an US-Gepflogenheiten. Ein Heer von jugendlichen Geschäftsleuten – neu-russisch: Businessmeni – trägt teure Anzüge aus dem Westen, geht regelmäßig ins Fitness-Studio und unternimmt auch sonst alles, um dynamisch aufzutreten.

Bisher beschränkt sich die neue Nüchternheit vor allem auf die Geschäftswelt in den Metropolen Moskau und Sankt Petersburg. Doch selbst in entlegenen russischen Regionen geht es bei Geschäftskontakten mit Ausländern nicht mehr so wild zu wie zu Sowjetzeiten. Einen Ex-Bergwerks-Ausrüster aus dem Ruhrgebiet schüttelt es noch heute, wenn er an die Verbrüderungsszenen mit Bergbau-Direktoren vor 30 Jahren denkt. Stundenlang habe man zu Tisch gegessen mit Trinksprüchen, Liedern und Anekdoten. Dazwischen galt es immer wieder, die berühmten "sto gramm" (hundert Gramm) zur Brust zu nehmen: "Das war Schwerstarbeit. Doch gute Geschäfte haben wir auch damals gemacht."

Diese neue Entwicklung wird **weibliche Geschäftsreisende** freuen. So empfehlen wir doch bisher, alle Trinksprüche zu erwidern, um die sozialen Kontakte zu festigen. Und



Etikette Trainer International

wenn frau schon trinken muss, dann wenigstens das Richtige. SIE sollte „klare“ Spirituosen wie Obstbrände oder Wodka bestellen. Auch in manchen anderen östlichen Ländern muss die Businessfrau die **Quadratur des Kreises** schaffen: Immer schön alles mitmachen und trotzdem weiblich (nüchtern) bleiben. Also, nur nippen, das Glas beiseite schieben und mit Saft anstoßen.

Tipp: Als Gastgeberin in Russland zahlt die Frau im Restaurant nicht selbst, sie lässt das einen Mitarbeiter erledigen. Das wirkt souveräner.

Hochprozentiges für die Herren?

Bei privaten Einladungen gilt schon lange nicht mehr: Wein bringt der Gast der Hausfrau mit, härtere Sachen IHM. So manche Ehefrau ist in Russland dem eingeladenen Geschäftsfreund (symbolisch) um den Hals gefallen, weil er der gängigen Empfehlung, ihrem Göttergatten eine Flasche Schnaps mitzubringen, nicht folgte. Die diplomatische Alternative ist es, ganz auf alkoholische Geschenke zu verzichten – und lieber Leckereien mit regionalem Bezug aus Deutschland mitzubringen.

Zeichen: 3.598 Zeichen inklusive Leerzeichen

ETI: Etikette Trainer International

ETI ist ein Zusammenschluss von internationalen Etikette Trainern, die gesellschaftliche Entwicklungen diskutieren, mit traditionellen Formen vergleichen und gegebenenfalls neue Standards setzen. Diese Empfehlungen werden in Seminaren, Pressegesprächen und Veröffentlichungen transportiert. Alle Mitglieder haben eine qualifizierte Ausbildung im Bereich Umgangsformen, Hotellerie, Gastronomie oder Protokoll und bilden sich ständig weiter. Dieses Netzwerk von Spezialisten steht für Aktualität, Kompetenz und Qualität.