

Redaktör:
Olle Söderström
ps@di.se
08-573 650 00



EN BRA AFFÄR. Uta Schulz, specialist på kulturkrockar, länkar samman den tyska och skandinaviska kulturen för att underlätta handeln mellan länderna.

FOTO: MIKAEL BJÖRK

Stoppa kulturkrockar

Uta Schulz lär tyska och svenska företag att komma överens

HAMBURG

Tyskland är en viktig handelspartner till Sverige – men länderna är inte så lika som det kan verka vid första anblicken.

Rädsla för det nya gör tyskarna osäkra och lite buffliga, enligt Uta Schulz, specialist på kulturkrockar, som medlar mellan direkta tyskar och försiktiga skandinaver.

”När jag var fem och familjen flyttade från Sydtyskland till Hamburg hamnade jag i min första kulturkrock. Jag och min syster försökte träna på uttalet så att de andra barnen inte skulle skratta åt vår dialekt. Grannbarnet frågade sin mamma om vi var gästarbetare”, säger Uta Schulz. Då, på 1970-talet, var det svårt att ens hitta sydtysk mat i norra Tyskland.

”Nu har det blivit mer internationellt.” Uta Schulz lärde sig svenska under ett utbytesår på gymnasium i norra Stockholm. Sedan fortsatte hon med nordiska språk och kultur på universitet i Ham-

burg. Det lade grunden för karriären som kulturkrockskonsult.

”Skillnaderna är egentligen inte så stora, men just därför är risken att man tror att de inte finns”, säger Uta Schulz, som hjälper tyska och nordiska företag som arbetar internationellt.

En skillnad är hur vi uttrycker oss. ”Den hårda konkurrensen i det tätbefolkade Tyskland gör tyskar direkta. Man måste höras och synas. Är det något vi inte tycker om säger vi det tydligt. Därför tycker nog många svenskar att tyskar är aggressiva, medan vi inte kan höra det som svenskar inte säger rakt ut.”

Skeptiska mot det okända

En våldsam och omvälvande historia har gjort tyskarna rädda för förändringar.

”Medan svenskarna är nyfikna och vill prova allt som är nytt är tyskarna skeptiska mot det okända. De skapar struktur, organiserar och planerar för att undvika osäkerhet.”

Därför gillar tyskarna också tydlig beslutsordning, enligt Uta Schulz.

”I Sverige är det positivt för en chef att vara ödmjuk, att vara en i laget och inte sticka ut. Det är en bra ledare som lockar medarbetare. I Tyskland anses en ödmjuk

Di Fakta

Uta Schulz

- **Alder:** 45 år.
- **Familj:** Man.
- **Bor:** Reinbek utanför Hamburg.
- **Karriär:** Startade konsultföretaget Svetys 2003.
- **Fritid:** Ideella organisationer, Svenska handelskammaren, Vänortskommittén i Reinbek. Vandrar, cyklar och läser mycket.
- **Svensk favoritbok:** Pär Lagerkvists ”Prinsessan och hela riket”.

chef vara svag. Vi förväntar oss att en chef fattar beslut. Ordet ’omtanke’ finns inte ens på tyska, inte ens fenomenet”, säger Uta Schulz.

Det kan också förklara att tyskarna framstår som perfektionistiska, medan svenskar uppfattas mer lagom.

”En tysk svaghet är att fokusera på det negativa. Det är det tyska sättet att bli bättre. Ändå eller just därför bygger man bilar i världsklass. I Sverige ser man det negativa men framhåller det positiva. Det är det svenska sättet att bli bättre.”

Både Sveriges och Tysklands sätt att göra affärer har visat sig fungera utmärkt internationellt sett, vilket företag kan dra nytta av, säger Uta Schulz.

”I ett gränsöverskridande företag kan man antingen blockera varandra eller utnyttja varandras styrkor. Därför presterar interkulturella team antingen bättre eller sämre än snittet, men aldrig på medel.”

Tysklands kärlek obesvarad

Hon har precis gett ut en guidebok för tyskar som ska göra affärer med svenskar, ”Geschäftskultur Schweden”.

”Svenska produkter har en bra image i Tyskland om man säljer på rätt sätt.”

Däremot uppfattar tyskarna inte att deras kärlek till Sverige ibland är obesvarad.

”Tyskar som köper hus i Småland tror att svenskarna tycker om dem, men märker inte indirekta signaler. Grannarna kanske tycker att de klampar in och är jättejobbiga.”

Tränger sig för att fylla en lucka

Uta Schulz förklarar också varför många tyskar tränger sig i liftköerna.

”Vi är tränade att fylla luckor för att vara snabba och effektiva. Det börjar i trafiken där det är närapå omöjligt att hålla säkerhetsavstånd. Är det ingen synlig kö åker vi fram.”

Detsamma gäller i samtal.

”Vi diskuterar överlappande. Svenskar tycker att det är ohövligt och vill ha en lucka innan man svarar.”

Samma princip fungerar även i affärlivet.

MIKAEL
BJÖRK



mikael.bjork@di.se

+49 151 105 608 89