

Japaner, Twinbett, Badewanne

Wer einen japanischen Gast zufriedenstellen will, der muß mehr leisten, als ihm morgens grünen Tee zu servieren. Er sollte sich mit dessen kulturellen Hintergrund auseinandersetzen, um das Angebot »asiatisch« abzustimmen. Marriott läßt sein Personal spezielle Seminare zu diesem Thema besuchen



Anke Wike hatte zwei Jahre lang im Land der Morgenröte gelebt, bevor sie vor sechs Jahren anfing, Seminare darüber für die Hotellerie zu geben. Sie weiß, worauf es Reisenden aus Nippon ankommt, denn sie hatte als Mitarbeiterin des Japan Travel Bureau JTB, einem der größten Reiseveranstalter der Welt, Einblick in die Beschwerden ihrer Kunden über Mängel in den Hotels – Mängel für dortige Verhältnisse, wohl gemerkt. Die ehemalige JTB-Einkäuferin schult regelmäßig Mitarbeiter, zum Beispiel von Marriott- oder Hilton-Häusern, um diese Klagen erst nicht entstehen zu lassen. Meist wären sie leicht zu vermeiden gewesen, hätte das Personal einige grundlegende Regeln im Umgang mit dieser sehr kritischen Gästegruppe befolgt. Das zu tun lohnt sich: Denn Japaner sind sehr markentreu – waren sie einmal zufrieden, kehren sie bestimmt wieder. Und bei 818000 Besuchern in Deutschland im Jahr 1999 mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,6 Tagen bedeutet dies ein erhebliches Potential.

Anke Wike geht in ihren Seminaren auf den kulturellen Hintergrund der Inselbewohner ein. Diese waren während der Shogun-Herrschaften zweieinhalb Jahrhunderte lang praktisch abgeschieden von der Welt, bis die Amerikaner sie Mitte des 19. Jahrhunderts aus ihrem Dornröschenschlaf wachrüttelten. Innerhalb vergleichsweise weniger Jahrzehnte holten sie vom Mittelalter in die Neuzeit auf. Gerade deshalb sind sie besonders traditionsbewußt, und etliche Gebräuche übertrugen sie in den modernen Alltag. Ein Beispiel dafür ist der enorme Respekt, den ein Japaner (wir sprechen hier vom Durchschnittsbürger) Vorgesetzten gegenüber an den Tag legt – ein Relikt aus dem Shogun-Zeitalter, als es zahlreiche verschiedene militärische Ränge gab.

Das Hotelzimmer

Schon bei der Reservierung lauern daher Fallen: Die Abteilung sollte sich, wenn eine Firma für mehrere Personen bucht, genau über deren Positionen erkundigen, damit niemals ein Ranghöherer ein weniger schönes oder kleineres Zimmer erhält als sein Untergebener (selbst wenn diese nicht für das selbe Unternehmen arbeiten). Grundsätzlich gilt: So schnell wie möglich bestätigen! Der nächste Tag ist schon zu spät.

»Japaner, Twinbetten, Badewanne«, bleut Anke Wike den Seminarteilnehmern aus der Reservierung immer wieder ein. Die ideale Unterkunft hat keinesfalls eine Vier an der Tür (eine Unglückszahl), ist makellos sauber (extrem hohes Reinlichkeitsempfinden), verfügt über Bademäntel, Twinbetten (auch für Ehepaare – sie können nicht auf einer Matratze schlafen), Wanne (damit sie ihr tägliches Baderitual durchführen können), Teekoher mit grünem Tee und viele Amenities wie Kugelschreiber, Pflegeartikel, Feuerzeuge etc. (als Mitbringsel und »Entschädigung« für die Kollegen).

Geschenke gelten übrigens als minderwertig oder »second hand«, wenn sie nicht verpackt sind – alle Werbepartikel (wie Handtücher, Caps o.ä.) lassen sich deshalb sehr gut verkaufen, wenn sie nicht nur in



Anke Wike schult regelmäßig über das Verhalten japanischer Hotelgäste

Die Nr. 1 im Hotelzimmer!

AQUACOM
WASSERBETTEN
HOTEL-DESIGN GMBH

Humboldtstraße 23 · 21509 Glinde
Tel. 040 / 53 30 58 45
Fax 040 / 53 30 58 46
E-Mail: info@aquacom-hoteldesign.de
www.aquacom-hoteldesign.de

Bitte Prospekt anfordern!



Ihre Gäste wollen das Wasserbett!

SERVICE ✓

QUALITÄT ✓

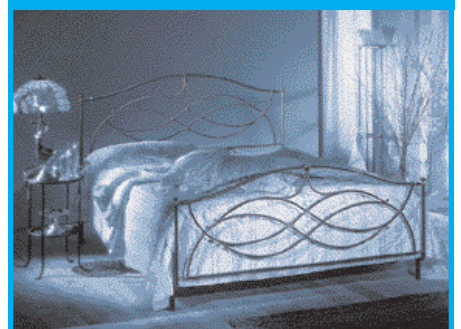
AUSWAHL ✓

BERATUNG ✓

VOR ORT

HOGATEC 2000

Halle 06, Stand 6C38



einer staubfreien (!) Vitrine, sondern hübsch eingeschlagen angeboten werden.

Die Begrüßung

Der Geschäftsmann aus der Hauptstadt Tokio wird keine Freude daran haben, wenn man ihn mit Schulterklopfen und herzlichem Händeschütteln begrüßt. Denn wie das Gros seiner Landsleute ist ihm Körperkontakt ebenso unangenehm wie ein Gefühlsausbruch. Auch der feste Blick in die Augen – vom Rezeptionisten jahrelang antrainiert – ist hier völlig fehl am Platz: Er wird als anmaßend oder sogar als sexueller Affront empfunden. Richtiger wäre eine leichte Verbeugung, etwa im Winkel von 15 Grad. Im Gespräch richtet man die Augen auf den Mund des Gastes. Eine große Freude kann man dem Ankommenden mit einer Tasse grünem Tee machen; seinen Service-Vorstellungen entspräche es, wenn der Empfangsmitarbeiter die Anmeldung für ihn ausfüllt oder diese bereits fertig zum Unterschreiben ist. Die Koffer werden selbstverständlich gemäß der Rangordnung auf die Zimmer gebracht.

Trifft ein Hotelmanager auf einen Verhandlungspartner aus dem Kaiserreich, kann er Pluspunkte sammeln, wenn er die Visitenkarte mit ihm korrekt tauscht. Die Karte wird bei der Begrüßung im Stehen so überreicht, daß das Gegenüber sie sofort lesen kann. So läßt sich erkennen, wer von den beiden rangniedriger ist und sich somit tiefer verbeugen muß. Das Kärtchen sollte man sorgfältig lesen und vor sich auf den Tisch legen – nicht sofort aufräumen, beschriften oder in die Gesäßtasche stecken, will man den Asiaten nicht kränken.

Sprachbarrieren

Die meisten Japaner beherrschen Englisch – aber die wenigsten können es auch sprechen oder verstehen. Oft hilft es schon, sehr langsam und deutlich zu reden, ansonsten

muß man die Konversation mit Zettel und Stift fortsetzen. Generell empfinden Gäste aus Nippon eine hektische und laute Unterhaltung als unhöflich. Wer die Hände zu Hilfe nimmt, muß aufpassen, nicht mit dem Finger auf etwas zu deuten – das ist auf den Inseln eine obszöne Geste. Stattdessen mit der offenen Hand, Handfläche nach oben, die Richtung weisen.

Stellt der Empfangsmitarbeiter die Frage »Möchten sie lieber ein Zimmer nach Westen oder nach Osten?«, so erhält er vermutlich die Antwort »Ja bitte«. – Es mag befremdlich klingen, aber im Japanischen gibt es kein »oder«. Es fällt



Die Verneigung ist ein strenges Ritual in Japan. Man schließt die Finger und neigt nur den Oberkörper. Rangniedrigere Personen müssen sich tiefer verbeugen

Menschen aus diesem Kulturkreis deshalb schwer, sich sofort und definitiv für eines der Angebote zu entscheiden. Erst recht, wenn sie in einer Gruppe unterwegs sind: Einer allein kann niemals einen Beschluß für alle treffen; die Möglichkeiten müssen erst gemeinsam erörtert werden. Diese Zeit läßt man ihnen besser – auch im Restaurant.

Ein glattes »Nein« ist wie ein Faustschlag ins Gesicht. Deshalb sollte man die Absage immer höflich umschreiben: »Es tut uns leid, aber ...« Besser einmal zu oft entschuldigen, auch wenn man selber gar nichts dafür kann.

Gebraucht man hin und wieder ein Wort in ihrer Sprache wie »Domo Arigato« (vielen Dank) oder »Konnichiwa« (guten Tag), honorieren es die japanischen Gäste als Bemühen um sie. Angesprochen werden sie am besten mit »Mr.« bzw »Mrs.« oder mit einem »san« (der ehrenwerte Mensch), das an den Familiennamen angehängt wird, also z.B. »Konnichiwa, Yamada-san«.

Die Angst vorm Versagen

Das Leben in Japan ist von morgens bis abends von festen Regeln bestimmt. Für die Einwohner bedeutet dies weniger eine gesellschaftliche Bevormundung als vielmehr Sicherheit. Es schützt einen davor, etwas falsch zu machen und so das Gesicht zu verlieren – die größte Angst des Inselvolkes. Es reißt zwar gerne, weil es sehr neugierig ist, aber es fürchtet gleichzeitig, sich in der fremden Umgebung nicht zurechtzufinden und deshalb zu blamieren.

Die Hotelangestellten können diesen Gästen helfen, indem sie sie gut über das Haus, die Sicherheitsvorkehrungen, die Gepflogenheiten informieren. Man sollte beim Check-in also ausführlich beschreiben, am besten anhand eines Modells, wie das Türschloß oder die Magnetkartenanlage funktioniert. Um dem Deutschland-Neuling eine Peinlichkeit zu ersparen, könnte man auch in einem speziellen Begrüßungsschreiben darauf hinweisen, daß Bademäntel im Restaurant nicht üblich sind (in Japan gilt der Kimono als Hausanzug). In diesem Brief ließen sich ferner nochmals die Fluchtwege schildern, darauf aufmerksam machen, daß man in deutschen Restaurants Trinkgeld üblich

Nihon-Go

Ein paar kleine Worte machen den großen Unterschied

Die wichtigsten Worte im Umgang mit japanischen Gästen (in Klammern die Aussprache):

Begrüßung, Verabschiedung

O hayo gozaimasu	(Oh hajoh gosaimas)	Guten Morgen
Konnichi wa	(kon nitschi wa)	Guten Tag
Konban wa	(kom ba wa)	Guten Abend
Sayonara	(Ssajoh nara)	Auf Wiedersehen
Irrashaimase	(Irra schai massä)	Herzlich willkommen

Dank

Domo arigato (gozaimasu)	(Domoh arigatoh gosaimas)	Vielen herzlichen Dank
Do itashimashite	(Doh itaschi maschte)	Gern geschehen

Entschuldigung

Sumimasen	(Smimassen)	Entschuldigung (excuse me)
Moshi wake arimasen	(Moshi wake arimasen)	Entschuldigung (sorry)

Am Telefon

Moshi moshi	(moschi mosch)	Hallo, hören sie bitte ...
Sho sho o matchi kudasaimase		Bitte warten Sie einen Moment
Oki o tsukete itterashai		Leben Sie wohl!

Zahlen

1 ichi (itschi)	6 roku (rocku)
2 ni (nie)	7 shichi, nana (schitschi)
3 san (san)	8 hachi (hatschi)
4 shi, yon (schi)	9 kyu (kjuh)
5 go (go)	10 ju (dschu)

Japanische Sprichwörter

Deru kugi wa utareru	Ein herausstehender Nagel muß eingehämmert werden.
Mizaru, kikazaru, iwazaru	Nichts sehen, nichts hören, nichts sagen.
On o ukeru wa jiyu o uru nari	Einen Gefallen annehmen ist wie eine Freiheit verkaufen.



Die Teezeremonie hat in Japan eine lange Tradition

cherweise gibt (existiert im Kaiserreich nicht) sowie die aktuellen Baseballergebnisse anführen – Nippon liebt diesen Sport.


Im Restaurant

Viele Hotels in Deutschland bieten ihren Gästen ein japanisches Frühstück mit grünem Tee und Miso-Suppe. Anke Wike rät jedoch ab: Europäer könnten die hohen Standards der Küche ihrer Heimat nicht treffen – lieber solle man verzichten. Trotzdem wäre es nicht schlecht, einige Fisch- und Tofu-Gerichte auf der Karte zu haben, zwei traditionelle Zutaten zu japanischen Speisen. Melonen und Kirschen bzw. -saft sind auf den Inseln teuer und daher Delikatessen, es ist also eine Überlegung wert, dies anzubieten – vielleicht sogar im Obstkorb auf dem Zimmer. Milchprodukte sollte man möglichst nicht in ein Menü für JTB-Kunden einbauen – ihr Körper kann sie ebenso wenig verarbeiten wie Alkohol. Das ist der Grund, warum Japaner vergleichsweise rasch betrunken werden – ihnen fehlt schlicht ein Enzym. Auch ein Steak,

womöglich raw, wäre für die meisten wohl keine große Freude – Fleisch wird wenig gegessen.

Die Eßgewohnheiten unterscheiden sich nicht nur im Speiseplan, sondern auch im Verhalten. Es versteht sich eigentlich von selbst, daß sich asiatische Urlauber sicherer fühlen, wenn sie mit Stäbchen essen – so wie wir besser mit Messer und Gabel umgehen können. Es wäre also ein guter Service, neben Besteck Stäbchen und Schälchen bereit zu stellen. Da sie sich selten etwas vorstellen können unter den Bezeichnungen auf der Karte, wäre ihnen eine bebilderte Auswahl hilfreich. Das sind sie im Übrigen aus ihrer Heimat gewöhnt; dort stellen die Gastronomen sogar häufig Musterteller aus Wachs ins Schaufenster. Hat er eine gute Wahl getroffen, wird der japanische Gast vermutlich zu schmatzen beginnen – ein Zeichen, daß es ihm schmeckt, und nicht etwa dafür, daß er keine Manieren hat. Wichtige Voraussetzungen dafür, daß es ihm mundet: Das Gericht ist wenig gesalzen, die Soße apart serviert und es wird zusätzlich Soyasauce dazu gereicht.

Der Appetit vergeht Japanern allerdings, wenn sie mit ansehen müssen, wie sich jemand die Nase putzt, und erst recht, wenn derjenige das benutzte Taschentuch dann wieder einsteckt. Ihr Reinlichkeitsempfinden geht soweit, daß sie selbst Türklinken – zumal in öffentlichen Bereichen – für unhygienisch halten. Wenn also keine Dreh- oder elektrische Tür, wie in ihrer Heimat üblich, vorhanden ist, schätzen sie es, wenn man ihnen die Tür aufhält.

Der typische Japaner wird sich nie im Hotel beschweren, wenn etwas nicht seinen Vorstellungen entsprach, sondern immer beim Veranstalter bzw. demjenigen, der die Reise organisiert hat. Und dieser verliert damit sein Gesicht – obwohl er nach westlichen Vorstellungen gar nichts dafür kann. Doch nach der fernöstlichen Inseltradition hätte er das Hotel besser aussuchen oder vorbereiten müssen. Die Ansprüche vor allem der Freizeitreisenden sind hoch – Angestellte haben nur elf Tage Urlaub per anno, für die sie rund ein Zehntel ihres Jahresgehalts ausgeben. Da muß einfach alles stimmen! 

Weitere Infos

Seminare:

Japan Cross Culture Training, Anke Wike, Telefon 06192-900069, Fax 900169, E-Mail anke.wike@rhein-main.net

Literatur zum Thema:

- Gebrauchsanweisung für Japan, Gerhard Dambmann, Piper Verlag, 32 Mark
- Japan-Knigge für Manager, Diana Rowland, Campus Verlag, 39,80 Mark
- KulturSchock Japan, Martin Lutterjohann, Rump Verlag, 24,80 Mark
- Kauderwelsch, Japanisch Wort für Wort, Martin Lutterjohann, Rump Verlag, 14,80 Mark

Offizielle Ansprechpartner:

- Japanische Botschaft, Berlin, Tel. 030-210970,
 - Japanisches Generalkonsulat, Düsseldorf, Tel. 0211-164820,
- Internet:** www.embjapan.de, Homepage der Botschaft mit vielen Infos und Adressen bzw. Links von japanbezogenen Institutionen und Organisationen