

Stefanie Ball
Anja Hasenhütl

Im Schlepptau nach Amerika

Anleitung zum erfolgreichen
Expatriat-Dasein in den USA



Stefanie Ball
Anja Hasenhütl

Im Schlepptau nach Amerika

Stefanie Ball

Anja Hasenhütl

Im Schlepptau nach Amerika

Anleitung zum erfolgreichen Expat-Dasein
in den USA

Tectum

Stefanie Ball
Anja Hasenhüt

Im Schlepptau nach Amerika
Anleitung zum erfolgreichen Expat-Dasein in den USA

© Tectum Verlag Marburg, 2016
ISBN 978-3-8288-6364-4
(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter
der ISBN 978-3-8288-3617-4 im Tectum Verlag erschienen.)

Mit Fotografien von Stefanie Ball
Umschlagabbildung: Hannes Mercker | www.hannes-mercker.de
Umschlaggestaltung, Satz und Layout: Norman Rinkenberger | Tectum Verlag

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Danksagung

Wir bedanken uns an dieser Stelle herzlich für all die Hilfe und Unterstützung, die wir beim Schreiben dieses Buches erfahren haben. Großer Dank gilt dabei den Expat-Frauen, die uns nicht nur mit ihren Erlebnissen und Erfahrungen versorgt, sondern auch mit ihren Ratschlägen tatkräftig unterstützt haben, ganz besonders der Expat-Community in New Jersey und White Plains, New York. Dank geht auch an unsere Männer – Andreas Meier fürs Checken der Fakten und Patrick Hasenhütl für die zahlreichen Spielplatzbesuche mit dem Nachwuchs. Für das akribische Korrekturlesen danken wir nicht zuletzt Thea Suthues.

Stefanie Ball, Anja Hasenhütl

Die amerikanische Flagge weht überall: in Gärten, an Schulen, vor Bürogebäuden oder eben am Strand. Die hier flattert auf Fire Island, eine knappe Autostunde von New York City entfernt.



Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
Inhaltsverzeichnis	7
Vorwort 9	
1 Die Reise beginnt	11
1.1 Ein bisschen Theorie	11
1.2 Vorüberlegungen: Vom Jobverlust über reisende Männer bis hin zu Kindern, die mitgenommen werden müssen	27
2 Wir sind da! – Angekommen am Zielort	47
2.1 Chaostage aus dem Koffer	47
2.2 Sich einleben in den USA: Alles Wichtige auf einen Blick	50
2.3 Mit Kindern in die USA reisen	88
2.4 Mit der Mentalität der Amerikaner zurechtkommen	106
2.5 Und wenn ich doch unter starkem Heimweh leide?	108
2.6 Sich ein Netzwerk bauen	110
2.7 Armut und Kriminalität in den USA	111
2.8 Extreme Wettersituationen und Vorbereitung auf Katastrophen	114
3 Eingelebt – zu Hause in einer neuen Welt	117
3.1 Neustart im „Land of opportunity“	117
3.2 Zurück an den Herd – Schock oder Chance?	118

3.3	Was tun, wenn man nichts tun muss	121
4	Bye-bye – Es geht wieder zurück	157
4.1	Der zweite Kulturschock	157
4.2	Achtung: Enttäuschung!	160
4.3	Abwicklung eines Lebensabschnitts	163
4.4	Wir bleiben (länger oder für immer)	168
Anhang 171		

Vorwort

Buy one, get three!

Dieses Buch ist eine Gebrauchsanweisung für Expats, für Menschen also, die für eine gewisse Zeit, meist als Entsendete von Unternehmen, im Ausland leben. Es ist auch ein Buch für Frauen, weil diejenigen, die den schwierigsten Part dieses Expat-Daseins übernehmen müssen, nämlich die Neuerfindung des eigenen Lebens, die Frauen sind. Und das Buch ist ein Ratgeber für Amerika, der versucht, die Mentalität des Gastgebers ein wenig zu ergründen. Also: „Buy one, get three“ – drei Bücher in einem, und damit wären wir schon mittendrin in amerikanischen Gepflogenheiten...



Amerika ist ein facettenreiches Land mit zahlreichen Glaubens- und Lebensgemeinschaften. Eine von ihnen sind die *Amish People*. Sie führen ein Dasein, das sich nur wenig von dem ihrer Vorfahren unterscheidet. Vor 300 Jahren flohen die Anhänger dieser protestantischen Glaubensgemeinschaft vor religiöser Verfolgung in Europa.

Der Yellowstone Nationalpark im Bundesstaat Wyoming ist der älteste Nationalpark der Welt (gegründet 1872). Seine Geysire sind eines der Naturwunder, die das Land bereithält.



1 Die Reise beginnt

1.1 Ein bisschen Theorie

1.1.1 Im Ausland in bester Gesellschaft

Der Expatriate oder Expat ist jemand, der (im Auftrag seiner Firma) längere Zeit im Ausland arbeitet. Wie viele Expats es gibt? Die Datenlage in dieser Frage ist dürftig. Die erste umfassende Untersuchung hat 2014 das Marktforschungsinstitut Finaccord vorgelegt. Danach lag die Zahl der Expats 2013 weltweit bei 50,5 Millionen. Der Trend für die Zukunft zeigt nach oben: 2017 sollen es bereits 56,8 Millionen sein. Die sogenannten „corporate transferes“, die von Unternehmen Entsandten oder Delegierten, machen davon wiederum den kleinsten Teil aus (1 Prozent, 500.000); die meisten Expats sind auf eigene Faust im Ausland beruflich unterwegs oder studieren.

Unbestritten bleibt aber der wachsende Bedarf an global einsetzbaren Mitarbeitern, wie sich in zahlreichen Umfragen zeigt. So hat der Deutsche Industrie- und Handelskammertag 2013 rund 2500 Unternehmen befragt, und danach planen 46 Prozent der Firmen im verarbeitenden Gewerbe den Schritt ins Ausland. Nach den Prognosen des Mobilitäts-Reports der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) wird die Zahl der Auslandsdelegationen bis 2020 um 50 Prozent steigen (*Talent mobility: 2020 and beyond*).

Entsendungen ins Ausland sind also längst nicht mehr die Ausnahme; in einer global wirtschaftenden Welt ist es für Unternehmen unumgänglich, Mitarbeiter für mehrere Jahre an Standorte weltweit zu schicken. Die Gründe dafür können vielfältig sein: In den Wachstumsregionen Asien und Südamerika fehlen vielfach hochqualifizierte Fachkräfte und lokale Mitarbeiter können – verständlicherweise – das deutsche Unternehmen mit seiner (Arbeits-) Kultur nicht so gut kennen und sind nicht so optimal vernetzt wie ein deutscher Mitarbeiter. Im PwC-Report heißt es dazu: „Für Unternehmen sind Entsendungen eine gute Möglichkeit, um sich Zugang zu Wachstumsmärkten zu verschaffen, Lücken im Know-how zu schließen, attraktiv für potenzielle Bewerber zu sein und die eigenen Mitarbeiter weiterzuentwickeln.“ Hinzu kommen Institutionen wie Goethe-Institut, Friedrich-Ebert-Stiftung, Industrie- und Handelskammer, Schulen und Konsularvertretungen, wo überwiegend Deutsche arbeiten.

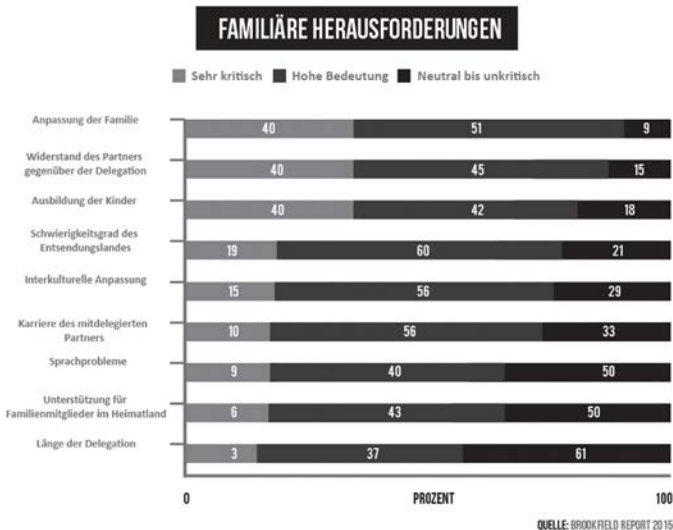
Es dürfte also schwerlich möglich sein, auf seiner Auslandsdelegation – in welchen Teil der Erde auch immer – nicht auf Deutsche zu treffen. Vielleicht will man das gar nicht, aber es gibt doch eine gewisse Sicherheit zu wissen, dass man nicht alleine ist auf seinem Abenteuer und irgendwo schon ein Stammtisch existieren wird, an dem sich die Deutschen zusammenrotten.

1.1.2 Auf die Frau kommt es an

Etwa ein Drittel der Deutschen würde eine Zeit lang eine Stelle im Ausland annehmen, wenn sie ein solches Angebot bekämen. Zwischen dem Wunsch und der Wirklichkeit liegen im Zweifel jedoch ein paar Stolpersteine und nicht immer gelingt das Wagnis.

Aber warum? In Umfragen nennen Mitarbeiter immer wieder einen Punkt als Hauptgrund: die Unzufriedenheit der mitreisenden Partner (und/oder unglückliche Kinder). Und die fallen schon allein zahlenmäßig ins Gewicht: Laut Finaccord-Erhebung machen

die „*non-employed spouses and children*“ (nicht berufstätige Partner und Kinder) 12,8 Prozent der Expat-Gemeinschaft aus. Die Unternehmensberatung EY (Ernst&Young) führt seit einigen Jahren einen *Global Mobility Effectiveness Survey* durch, um die Trends bei globalen Mitarbeitermissionen zu untersuchen. In der Umfrage von 2013 nennen 65 Prozent der Befragten die mangelnde Schulqualität, unbefriedigende Wohnverhältnisse und fehlende Jobmöglichkeiten für die Partner als Gründe für einen gescheiterten Auslandsaufenthalt. Auch die Relocation-Firma Brookfield spürt jedes Jahr den Mobilitätstrends nach. Im 2015 *Global Mobility Trends Survey* sagen zwei Drittel der befragten Unternehmen, dass die Mit-Delegierten mit ihren Bedenken und Anliegen den größten Einfluss haben, wenn es darum geht, die Wunschkandidaten für einen Auslandstransfer zu gewinnen. Der Widerstand der mitreisenden Partner, die Ausbildung der Kinder und die generelle Anpassung der Familie an das Expat-Leben gelten gemäß Brookfield-Report allgemein als die kritischsten Punkte, die es zu überwinden gilt, soll die Entsendung erfolgreich werden.

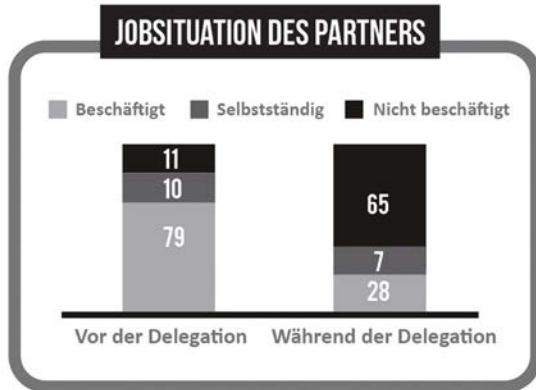


Die (wenigen) wissenschaftlichen Untersuchungen, die es zu dem Thema gibt, belegen ganz allgemein, dass zwischen der Zufriedenheit der begleitenden Partner und der der Entsandten ein deutlicher Zusammenhang besteht. Schaffen es die Partner (und/oder die Kinder) nicht, sich in das neue Leben hineinzufinden, hat das auch Folgen für die Mitarbeiter. Sie können noch so zufrieden mit ihren neuen Jobs sein – die negative Stimmung zu Hause wird sich auf sie und (womöglich) ihre Arbeit auswirken. Im Umkehrschluss heißt das: Je besser die Partner integriert und je zufriedener diese sind, umso erfolgreicher wird die Auslandsmission als Ganzes verlaufen.

Das Risiko einer frühzeitigen Heimkehr wiegt für die Unternehmen umso schwerer, als ein Mitarbeiter-Transfer ins Ausland recht kostspielig ist. PricewaterhouseCoopers kommt auf jährlich 311.000 US-Dollar pro Entsendung. Dennoch wird speziell für die Vorbereitung der Partner oft nur wenig getan. Laut einer Umfrage (*Allied Workforce Mobility Survey 2012*) bieten gerade neun Prozent der Unternehmen eine auf die mitreisenden Partner zugeschnittene Betreuung an.

„Die delegierten Mitarbeiter haben eine gewisse Stabilität; sie gehen jeden Tag arbeiten und ihr Tag ist nicht so viel anders als vorher. Es ist aber eine enorme Veränderung für die Partner. Sie haben vielleicht keinen Job, sprechen die Sprache nicht, können die Lieblingsmarke ihrer Erdnussbutter im Supermarkt nicht finden. Wir müssen unsere Wirtschaftsführer immer wieder daran erinnern, die Familien nicht zu vergessen“, mahnt Ellen Shipley, Director Global Mobility bei EY. In der Tat verschieben die Mitarbeiter ihren Schreibtisch nur von hier nach dort. Sie müssen sich an neue Kollegen, andere Arbeitsweisen, eine fremde Arbeitskultur gewöhnen. Doch dafür bekommen sie einen aufregenden, anspruchsvollen Job, dürfen vielleicht umherreisen, verdienen mehr, machen einen Schritt auf der Karriereleiter nach oben. Vor den Partnern

hingegen tut sich erst einmal ein großes Loch auf, in dem alle Gewissheiten, Rollenverteilungen und Aufgaben verschwinden.



Quelle: Permits Foundation

Im Englischen werden die mitdelegierten Partner auch „*trailing spouse*“ genannt, *Schlepptau-Partner*. Der Ausdruck findet sich erstmals in einem Artikel im Wall Street Journal 1981 wieder, und sein Gebrauch wird in Expat-Foren vielfach heftig kritisiert. Im Schlepptau befindet sich niemand gerne, erst recht nicht in Zeiten von Emanzipation und Gleichstellung – aber so ist (zunächst einmal) die Realität: Einer wird entsandt, der andere kommt mit. Wer der eine und der andere ist? Das Wort *spouse*, Partner, ließe sich gemeinhin durch Frau ersetzen, denn sie ist es, die sich in den allermeisten Fällen in dieser Rolle wiederfindet: Laut Brookfield-Report sind 81 Prozent der Entsandten Männer.

Also: Auf die Frau kommt es an, soll eine Auslandsdelegation eine erfolgreiche Unternehmung werden. Und da Sie gerade diese Zeilen lesen, sind Sie auf dem besten Wege dazu. Einfach weiterlesen.

1.1.3 Wie Sie perfekt aneinander vorbeireden können – Ein kleiner Ausflug in die Kulturwissenschaft

Sesshaftigkeit war gestern, Mobilität ist heute. Den Nomaden gleich ziehen die modernen Menschen in ihrem Land oder der Welt umher, getrieben von sich oder den Unternehmen. Kommuniziert und konferiert wird über Telefon oder Internet, getragen werden Anzug, Hemd und in der Freizeit die Jeans, zum Essen gibt es Sushi und Pizza. Distanzen, Zeitverschiebungen, äußerliche Unterschiede verschwimmen. Die Welt ist tatsächlich ein Dorf – könnte man meinen. Dass jenseits dieser Ausprägungen einer globalen Kommunikations-, Mode- und Esskultur nach wie vor kulturelle Besonderheiten existieren, die die Menschen unterscheiden, gerät darüber fast in Vergessenheit.

Bis man dann plötzlich mittendrin ist, in der anderen Kultur, und sich denkt: „Die sind aber komisch.“

Was sie, die „anderen“, in Wirklichkeit nicht sind. Wir sehen sie nur durch die Brille der eigenen kulturellen Prägung. Aber was ist Kultur eigentlich? Und wie und warum beeinflusst sie einen? Viele Wissenschaftler haben sich mit dieser Frage auseinandergesetzt und selbst wenn an dieser Stelle keine tiefgreifende Kulturforschung betrieben werden soll, lohnt sich doch ein kurzer Blick in die Theorie. Denn die erklärt die späteren praktischen Erfahrungen erstaunlich gut.

Einer der bekanntesten Kulturwissenschaftler ist der Niederländer Geert Hofstede. Er beschreibt Kultur als „mentale Software“, die im Laufe des Sozialisationsprozesses eines Menschen (innerhalb der Familie, der Nachbarschaft, in der Schule, unter Freunden, am Arbeitsplatz) „programmiert“ wird. Im Laufe dieser Sozialisation erwirbt jeder Mensch bestimmte Muster des Denkens, Fühlens und Handelns, eignet sich Symbole an (Gesten, Bilder, Objekte wie etwa Flaggen oder Haarschnitte), die in der Kultur bestimmend sind, kennt die Helden, mit denen sich die Gesellschaft

identifiziert. Und diese „Kultivierung“ ist bereits in frühen Jahren weitgehend abgeschlossen. Das Problem daran: Weil man sich oftmals nur in seiner eigenen kulturellen Gruppe bewegt, ist man sich dieser Programmierung gar nicht bewusst. Hofstedes Schüler Fons Trompenaars, ebenfalls ein Niederländer, hat es so beschrieben: *„A fish only discovers its need for water when it is no longer in it. Our own culture is like water to a fish. It sustains us. We live and breathe through it.“* – Ein Fisch stellt erst fest, dass er das Wasser braucht, wenn er nicht mehr in ihm schwimmt. Unsere eigene Kultur ist wie das Wasser für den Fisch. Wir atmen und leben durch sie.

Was passiert aber, wenn der Fisch plötzlich an Land geworfen wird, der Mensch sich in einer anders programmierten kulturellen Umwelt wiederfindet? Kultur ist vergleichbar einer Zwiebel oder einem Eisberg. Nur ein kleiner Teil – bei der Zwiebel die äußere Hülle, beim Eisberg die Spitze oberhalb der Wasseroberfläche – ist sichtbar. Trompenaars spricht in dem Fall von den Artefakten und Produkten, wie wir uns kleiden, was und wie wir essen, welche Sprache wir sprechen, welche Feste wir feiern. Diese Bestandteile von Kultur sind unmittelbar klar und ersichtlich. Der viel größere Teil der Kultur aber befindet sich im Inneren der Zwiebel oder unter der Wasseroberfläche. Das sind die Werte und Normen, die Überzeugungen und Denkweisen. Man kann sie nicht sehen, sie prägen die Menschen aber und beeinflussen ihr Handeln. Der Fisch steht also vor dem Problem, dass er nur einen Bruchteil der neuen Kultur zu Gesicht bekommt. Das, was er sieht, mag ihm schnell verständlich sein, vielleicht gefällt es ihm auch, etwa das Essen. Alles Übrige aber – und das ist der Großteil, der die Gesellschaft prägt und steuert – bleibt dem Fisch verborgen. Überhaupt kann er seine eigene kulturelle Prägung nicht einfach abstreifen und er wird deshalb versuchen, die neue Kultur anhand der eigenen Programmierung zu interpretieren.

Was zwangsläufig misslingen muss.