

Inhalt

Vorwort	9
---------------	---

Theoretische Grundlagen

Kommunikation	11
1 Kommunikation als Interaktion	11
2 Kommunikationskomponenten, kommunikative Systeme und kommunikative Stile	21
3 Kommunikativer Wandel	27
4 Exkurs: Sprachen der Welt im historischen Wandel	33
4.1 Weltsprachen und die Anzahl ihrer Sprecher	33
4.2 Sprache und Migration: Sprachfamilien	34
4.3 Englisch ist nicht gleich Englisch	36
Kultur	39
1 Kulturbegriff der interkulturellen Wirtschaftskommunikation	39
1.1 Von den Tücken eines engen Kulturbegriffs	42
1.2 Das Individuum in seiner Lebenswelt: Der erweiterte Kulturbegriff	44
1.3 Kulturen sind keine Container: Geschlossene und offene Varianten des erweiterten Kulturbegriffs	45
2 Vertrautheitsgrade in Bezug auf Kulturen	53
Kulturelles Handeln	58
1 Soziales Gedächtnis und kultureller Wissensvorrat	58
1.1 Handlungskontinuität und Handlungskoordination	58
1.2 Unthematisierte Kontinuitätssicherung	60

1.3	Thematisierte Kontinuitätssicherung	62
1.4	Zur Abgrenzbarkeit sozialer Gedächtnisse	69
1.5	Zur Kulturspezifität sozialer Wissensvorräte: Die Rolle der Medien	70
2	Kommunikative als kulturelle Stile	75
2.1	Kultur und Kommunikation	75
2.2	Kommunikative Stile sind kulturelle Stile	76
3	Unternehmenskultur und Kulturanalyse	93
3.1	Perceptas und Conceptas: Kulturelle Oberflächen- und Tiefenstrukturen	94
3.2	Dülfers Schichtenmodell	97
3.3	Ausblick: Interkulturelle Unternehmenskultur – Die Nichtidentität des Identischen	98
4	Exkurs: Methoden der Kulturanalyse	99
4.1	Makroanalytische Ansätze	101
4.2	Mikroanalytische Ansätze	103
4.3	Mesoanalytische Ansätze	106
5	Kulturbedingtheit des Wahrnehmens und Handelns	111
5.1	Keine Perceptas ohne Conceptas: Wie Wahrnehmung funktioniert	112
5.2	Keine Conceptas ohne Perceptas: Warum wir auf eine ganz bestimmte Art und Weise wahrnehmen	119
6	Images und Stereotype	121
6.1	Alles ist relativ: Fremdbilder als Spiegelbild des Selbstverständnisses	121
6.2	Über die Unvermeidbarkeit von Stereotypen und Vorurteilen	123
6.3	Was Stereotype und Vorurteile über diejenigen verraten, die sie äußern	126
6.4	Hypothesen zu künftigen Entwicklungstendenzen bei der Verwendung von Nationalstereotypen	128
	Interkulturelles Handeln	133
1	Multikulturalität als Interkulturalität? Vom Nebeneinanderher zum Miteinander ...	133
1.1	Multikulturelle Perspektiven – oder: Drei Varianten von Multikulturalität	134
1.2	Interkulturalität als Aushandlungsprozess	138

2	Interkulturelle Missverständnisse und Metakommunikation	141
3	Transkulturalität	144
4	Wo sind die Grenzen der „Einmischung in kulturelle Angelegenheiten“?	146
4.1	Exkurs: Wie fremd kann, darf oder muss das Fremde sein? Über die Grenzen der Integration	149
4.2	Kulturschock	154

Anwendungsfelder in der Wirtschaft

Interkulturelle Organisationslehre	158
1 Internationales, kulturvergleichendes oder interkulturelles Management?	158
2 Realisationsformen der drei Varianten internationalen Managements	164
2.1 „Culture-free“-Praktiken des internationalen Managements	165
2.2 Kulturvergleichendes internationales Management	166
2.3 Interkulturelles internationales Management	170
Interkulturelles Marketing	182
1 Kulturbezogenes, kulturvergleichendes oder interkulturelles Marketing?	182
2 Kulturspezifisches Marketing	186
2.1 Natürliche Umwelt, Klima	188
2.2 Stand der Realitätserkenntnis, Technologieerwartungen, Absatzwege	188
2.3 Sinnkonstruktion, Werte, Symbolattribution	193
2.4 Soziale Beziehungen, Images	194
2.5 Rechtlich-politische Normen	196
2.6 Auf dem Weg zu einem interkulturellen Marketing	197
Interkulturelle Personalorganisation und -entwicklung	200
1 Anforderungsanalyse und Personalmarketing	203
2 Personalauswahl	210
2.1 Interkultureller Kompetenz als Auswahlkriterium	211
2.2 Interkulturelle Assessment-Center	218

3	Personalentwicklung: Vorbereitung auf internationale Einsätze	222
4	Personalbetreuung während des internationalen Einsatzes	230
4.1	Probleme und Bewältigungsstrategien deutscher Entsandter in Japan und den USA	231
4.2	Interkulturelles Coaching	235
4.3	Interkulturelle Mediation	240
5	Reintegration und interkulturelles Wissensmanagement	242

Anhang

	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation – Wissenschaftshistorische Entwicklung	245
1	Die abgebrochene Tradition: Die wirtschaftssprachlich-nationenwissenschaftliche Forschung der 1920er und 1930er Jahre	245
2	Sprach- und kommunikationswissenschaftliche Entwicklungen	246
2.1	Terminologielehre und Immanenz der 1950er und 1960er Jahre	247
2.2	Fachsprachenforschung als Mutterdisziplin? Linguistische und fremdsprachen- didaktische Annäherungen in den 1970er und 1980er Jahren	248
3	Multi- und interdisziplinäre Entwicklung der Interkulturellen Wirtschafts- kommunikation seit den 1990er Jahren	252
3.1	Wirtschaftsbezogene Fachsprachenforschung	252
3.2	Interkulturelle Diskursanalyse	253
3.3	Interkulturelle Fachkommunikationsforschung	254
4	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation als Gegenstandsbereich sozial- und kulturwissenschaftlicher Fachrichtungen	257
5	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation als Gegenstandsbereich der Wirtschafts- wissenschaften	258
5.1	Vom kulturvergleichenden zum interkulturellen Management	258
5.2	Interdisziplinäre Ausdifferenzierung	261