

		Seite
	Vorwort	7
1	Zielformulierung	13
2	Problemlage, Problembewußtsein	19
2.1	Die Entwicklung der wissenschaftlichen Diskussion	19
2.1.1	Die wissenschaftliche Diskussion in Deutschland	21
2.1.2	Die wissenschaftliche Diskussion in Dänemark	25
2.1.3	Die wissenschaftliche Diskussion in England und anderen europäischen Ländern	29
2.2	Die wissenschaftliche Diskussion im Hinblick auf den Europäischen Binnenmarkt	34
2.2.1	Funktionsmöglichkeiten kleinerer EU-Sprachen für den europäischen Wirtschaftsraum	41
2.3	Die öffentliche Diskussion in Dänemark	47
2.4	Die öffentliche Diskussion in Deutschland	57
2.5	Schlußfolgerungen	62
3	Sprache, Kommunikation und Kultur	64
3.1	Möglichkeiten und Grenzen einer rein auf die Sprache bezogenen Betrachtungsweise	64
3.2	Die Notwendigkeit einer umfassenden Kommunikationsbetrachtung	69
3.3	Zur Entwicklung von Stereotypen und Vorurteilen	75
3.4	Ganzheitliche Kommunikationsbetrachtung unter Einbeziehung kultureller Gegebenheiten	85
3.5	Schlußfolgerungen	89
4	Handelsbeziehungen und Interkulturelle Kommunikation	90
4.1	Die Interkulturelle Kommunikation	90
4.2	Die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	95
4.2.1	Die interkulturelle Wirtschaftskommunikation unter besonderer Berücksichtigung von Stereotypen	99
4.3	Schlußfolgerungen	102

5	Fremdsprachenerwerb und Interkulturelle Kommunikation	103
5.1	Der schulische Fremdsprachenunterricht	104
5.2	Aspekte des Fremdsprachenerwerbs in der Erwachsenenbildung	115
5.3	Aspekte des industriellen Kulturtrainings	119
5.4	Schlußfolgerungen	122
6	Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Dänemark im wirtschaftskommunikativen Kontext	124
6.1	Bedeutung des Europäischen Binnenmarktes für die wirtschaftliche Entwicklung in Dänemark	124
6.2	Eigenheiten der deutsch-dänischen Handelsbeziehungen	126
6.2.1	Sprachkompetenz	126
6.2.2	Unternehmenskultur	128
6.2.3	Dänische Autostereotypen	129
6.2.4	Fremde Heterostereotypen	134
6.2.5	Deutsche Autostereotypen	136
6.2.6	Fremde Heterostereotypen	139
6.3	Die Erwartungshaltung der Dänen	143
6.3.1	Die Erwartungshaltung der Deutschen	144
6.4	Schlußfolgerungen	144
7	Korpus	146
7.1	Die Firmenstruktur	146
7.1.1	Die Teilnehmerzusammensetzung	146
7.2	Zielsetzung und Vorgehensweise der schriftlichen Befragung	147
8	Auswertung der Befragung	152
8.1	Quantitativ-bewertende Analyse	152
8.1.1	Dänische Problembeschreibung zum Umgang mit Deutschen	152
8.1.2	Dänisches Deutschlandbild	154
8.1.2.1	Generelle Erfahrungen	154
8.1.2.2	Persönliche Erlebnisse und Erfahrungen	160
8.1.2.3	Geschäftlicher Kontext	162
8.1.3	Auflistung von Beschreibungsmerkmalen	164
8.1.4	Vermutetes deutsches Dänemarkbild	168
8.1.4.1	Generelle Erfahrungen	168
8.1.4.2	Persönliche Erlebnisse und Erfahrungen	174
8.1.4.3	Geschäftlicher Kontext	177

8.1.5	Auflistung von Beschreibungsmerkmalen	179
8.1.6	Problemdefinition	184
8.1.6.1	Privater Kontext	184
8.6.1.2	Geschäftlicher Kontext	185
8.1.6.3	Korrespondenz	188
8.1.6.4	Telefonkommunikation	189
8.1.6.5	Persönliche Geschäftskontakte	191
8.1.6.6	Messekommunikation	193
8.1.6.7	Werbung	194
8.1.7	Problemlösungsvorschläge	197
8.1.7.1	Mögliche Problemlösungen	197
8.1.7.2	Notwendige Problemlösungen	200
9	Ergebnisse der Auswertung	203
9.1	Ergebnisse zum Problemfeld der Stereotypisierung	203
9.2	Ergebnisse zum Wesen und Wirkungsbereich kulturbedingter Unterschiede im wirtschaftskommunikativen Kontext	205
9.3	Ergebnisse zur verhaltenssteuernden Funktion der Stereotype im wirtschaftskommunikativen Kontext	208
9.4	Ergebnisse zur Gewichtung sprachlicher und kultureller Kenntnisse im wirtschaftskommunikativen Kontext	209
9.5	Ergebnisse zur induktiven Entwicklung von Optimierungsvorschlägen für den wirtschaftskommunikativen Kontext	210
10	Zur Konzeption eines interkulturellen Kommunikationstrainings	211
10.1	Vorüberlegungen zum Wirtschaftskontext als sprachlichem Interaktionsfeld	211
10.2	Lernzielbestimmung	212
10.2.1	Rahmenbedingungen	213
10.2.2	Methodische Bestimmung	214
10.3	Inhalte des interkulturellen Kommunikationstrainings	214
10.3.1	Einführung in die Interkulturelle Kommunikation	214
10.3.1.1	Das Problemfeld "Interkulturelle Kommunikation"	215
10.3.1.2	Die interkulturelle Kommunikation zwischen Dänemark und Deutschland	215
10.3.2	Einführung in kommunikationstheoretische Grundlagen	216
10.3.2.1	Kulturbedingte Kommunikationsaspekte	217
10.3.3	Entwicklung und Ursachen von Stereotypen	218
10.3.4	Auswirkungen fehlender Kulturkenntnisse in der interkulturellen Wirtschaftskommunikation	218

10.3.5	Individuelle Problembeschreibung	219
10.3.6	Informationen zur Zielkultur	219
10.3.7	Verhaltensweisen und Kommunikationsregeln	220
10.3.8	Kommunikationstechniken	225
10.4	Zusammenfassung	226
11	Zusammenfassung der Arbeitsergebnisse und Thesenableitung	227
12	Ausblick	229
12.1	Anforderungen an die Sprachenpolitik	229
12.1.1	Anforderungen an die Schule	231
12.1.2	Anforderungen an die Erwachsenenbildung	232
12.1.2.1	Aus- und Weiterbildungsinstitutionen nichtberuflicher Art	232
12.1.2.2	Berufsausbildung an Universitäten und Fachhochschulen	233
12.1.2.3	Betriebliche Aus- und Weiterbildung	234
12.1.3	Anforderungen an die Wissenschaft	235
12.1.4	Anforderungen an Lehr- und Ausbildungspersonal	237
12.1.5	Anforderungen an Bildungsnutzer	237
13	Literatur	238