

Inhaltsverzeichnis

| A. | Theoretischer Teil | Seite |
|-----------|--|--------------|
| | | 8 |
| I. | Präliminarien | |
| 1. | Bedarfsanalyse | 11 |
| 2. | Intention / Ziele | 16 |
| 3. | Verfahren | 19 |
| II. | Definition und Rezeption | 21 |
| 1. | Zu den Begriffen „Inter-Kulturell“ und „Kommunikation“ | 21 |
| 1.1 | Kultur aus anthropologischer Sicht | 22 |
| 1.2 | Kultur aus soziolinguistischer Sicht | 25 |
| 1.3 | Kultur aus pädagogischer Sicht | 28 |
| 2. | Interkulturelle Kommunikation | 31 |
| 2.1 | Kommunikative Kompetenz | 36 |
| 3. | Zur Bedeutung von Interkulturellem Lernen im Fremdsprachenunterricht | 38 |
| 3.1 | Ist- und Sollzustand des interkulturellen Fremdsprachenunterrichts | 42 |
| 4. | Vermittlungskontext interkultureller Kommunikation im Sekundar- und Tertiärbereich | 52 |
| 4.1 | Frühkindlicher Kontakt mit einer anderen Sprache und Kultur | 53 |
| 4.2 | Muttersprachler als Lehrpersonen | 53 |
| 4.3 | Lehrerbildung | 54 |
| 4.4 | <i>Total Immersion</i> in Form eines Auslandsaufenthaltes | 55 |
| 4.5 | Bilingualer Unterricht | 58 |
| 5. | Zusammenfassung | 61 |
| III. | Interkulturelle Trainingsprogramme | 62 |
| 1. | Bestandsaufnahme | 62 |
| 2. | Ziele interkultureller Trainingsprogramme | 64 |
| 3. | Methoden interkultureller Trainingsprogramme | 66 |
| 4. | Zur Forschungsperspektive | 73 |
| 5. | Zusammenfassung | 76 |

| | | |
|------------|---|----|
| IV. | Beispiele aus Industrie und Wirtschaft | |
| 1. | Entwicklung interkultureller Kommunikationskompetenz in deutschen Großunternehmen | 78 |
| 2. | Interkulturelle Personalentwicklung | 81 |
| 3. | Aspekte interkulturellen Führungsverhaltens | 84 |
| 4. | Kulturunterschiede in der internationalen Wirtschaftskommunikation | 86 |
| 5. | Aspekte der mündlichen Verhandlung in der interkulturellen Wirtschaftskommunikation | 90 |
| 6. | Zusammenfassung | 95 |

B Praktischer Teil

| | | |
|-----|---|-----|
| I. | Didaktisierung des interkulturellen Kommunikationsprozesses | 96 |
| II. | Zum Projekt „Comparative Studies of Cultural Elements in Different Media“ | 99 |
| 1. | Situation und Rolle der Projektteilnehmer | 102 |
| 2. | Situation der Lehrperson | 107 |
| 3. | Beteiligung und Beiträge der Studierenden | 108 |
| 4. | Einführung in die Thematik | 111 |
| 5. | Projekte der Studierenden | 131 |
| 5.1 | Projekt 1 Comparative Study of Cultural Elements in Education Systems and Their Effects on Behavior and Thought: Analysis of Curricula, Hidden Curricula, Moral Education and Missions | 131 |
| 5.2 | Projekt 2 Comparative Study of TV-Programs of Different Cultures. Analysis of Cultural Elements and Their Influence on Behavior and Thought | 144 |
| 5.3 | Projekt 3 Comparative Study of News of Different Cultures in Different Media | 155 |
| 5.4 | Projekt 4 International Marketing Strategies of Consumer Products (i.e. Coca Cola, Levis) | 169 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 5.5 | Projekt 5 Comparative Study of Advertisements of National Consumer Products in Different Cultures | 176 |
| 5.6 | Projekt 6 Exkursion zum Europa Parlament in Straburg | 190 |
| III. | Personal Evaluation of the Seminar „Intercultural Communication“ | 193 |
| 1. | Auswertung des Fragebogens | 197 |
| 1.1 | Motivation der Seminarteilnehmer | 197 |
| 1.2 | Seminarinhalte | 198 |
| 1.3 | Projekte | 198 |
| 1.4 | Einstellung / Perspektive | 199 |
| 1.5 | Besuch im Straßburger Parlament | 200 |
| 1.6 | Material / Didaktik | 200 |
| C | Reichweite und Grenzen | 207 |
| | Bibliographie | 213 |