

# Inhalt

Vorwort .....	9
---------------	---

## Theoretische Grundlagen

<b>Kommunikation</b> .....	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 .....	32
4.1 Weltsprachen und die Anzahl ihrer Sprecher .....	32
4.2 Sprache und Migration: Sprachfamilien .....	33
4.3 Englisch ist nicht gleich Englisch .....	35
<b>Kultur</b> .....	37
1 Kulturbegriffe der Interkulturellen Wirtschaftskommunikationsforschung .....	37
1.1 Von den Tücken eines engen Kulturbegriffs .....	42
1.2 Der erweiterte Kulturbegriff: Kultur als Lebenswelt .....	43
2 Vertrautheitsgrade in Bezug auf Kulturen .....	56
<b>Kulturelles Handeln</b> .....	60
1 Soziales Gedächtnis und kultureller Wissensvorrat .....	60
1.1 Handlungskontinuität und Handlungskoordination .....	60
1.2 Unthematisierte Kontinuitätssicherung .....	62
1.3 Thematisierte Kontinuitätssicherung .....	64

1.4	Zur Abgrenzbarkeit sozialer Gedächtnisse .....	71
1.5	Zur Kulturspezifität sozialer Wissensvorräte: Die Rolle der Medien .....	72
2	Kommunikative als kulturelle Stile .....	77
2.1	Kultur und Kommunikation .....	77
2.2	Kommunikative Stile sind kulturelle Stile .....	78
3	Unternehmenskultur und Kulturanalyse .....	87
3.1	Perceptas und Conceptas: Kulturelle Oberflächen- und Tiefenstrukturen .....	89
3.2	Dülfers Schichtenmodell .....	90
3.3	Ausblick: Interkulturelle Unternehmenskultur – Die Nichtidentität des Identischen .....	91
4	Kulturbedingtheit des Wahrnehmens und Handelns .....	92
4.1	Wie Wahrnehmung funktioniert .....	94
4.2	Warum wir auf eine ganz bestimmte Art und Weise wahrnehmen .....	100
5	Images und Stereotype .....	102
5.1	Alles ist relativ: Fremdbilder als Spiegelbild des Selbstverständnisses .....	102
5.2	Über die Unvermeidbarkeit von Stereotypen und Vorurteilen .....	104
5.3	Was Stereotype und Vorurteile über diejenigen verraten, die sie äußern .....	107
5.4	Hypothesen zu künftigen Entwicklungstendenzen bei der Verwendung von Nationalstereotypen .....	109
	<b>Interkulturelles Handeln</b> .....	113
1	Multikulturalität als Interkulturalität? Vom Nebeneinanderher zum Miteinander ..	113
1.1	Multikulturelle Perspektiven – oder: Drei Varianten von Multikulturalität .....	114
1.2	Interkulturalität als multipler Aushandlungsprozess .....	117
2	Interkulturelle Missverständnisse und Metakommunikation .....	120
3	Transkulturalität .....	123
4	Wo sind die Grenzen der „Einmischung in kulturelle Angelegenheiten“? .....	127

## Anwendungsfelder in der Wirtschaft

<b>Interkulturelle Organisationslehre</b> .....	134
1 Internationales, kulturvergleichendes oder interkulturelles Management? .....	134
2 Realisationsformen der drei Varianten internationalen Managements .....	140
2.1 „Culture-free“-Praktiken des internationalen Managements .....	141
2.2 Kulturvergleichendes internationales Management .....	142
2.3 Interkulturelles internationales Management .....	147
<b>Interkulturelles Marketing</b> .....	158
1 Kulturbezogenes, kulturvergleichendes oder interkulturelles Marketing? .....	158
2 Kulturspezifisches Marketing .....	162
2.1 Natürliche Umwelt, Klima .....	164
2.2 Stand der Realitätserkenntnis, Technologieerwartungen, Absatzwege .....	164
2.3 Sinnkonstruktion, Werte, Symbolattribution .....	169
2.4 Soziale Beziehungen, Images .....	170
2.5 Rechtlich-politische Normen .....	172
2.6 Auf dem Weg zu einem interkulturellen Marketing .....	173
<b>Interkulturelle Personalorganisation und -entwicklung</b> .....	177
1 Anforderungsanalyse und Personalmarketing .....	180
2 Personalauswahl .....	185
2.1 Unterschiedliche Zugänge zum Verständnis von „interkultureller Kompetenz“	187
2.2 Messung interkultureller Kompetenz .....	194
3 Personalentwicklung: Interkulturelle Trainings als Vorbereitung auf internationale Einsätze .....	196
4 Personalbetreuung während des internationalen Einsatzes .....	213
4.1 Fallbeispiel: Probleme und Bewältigungsstrategien deutscher Entsandter in Ja- pan und den USA .....	213
4.2 Interkulturelles Coaching .....	217
4.3 Interkulturelle Mediation .....	219
5 Reintegration und interkulturelles Wissensmanagement .....	220

---

## Anhang

<b>Interkulturelle Wirtschaftskommunikation – Wissenschaftshistorische Entwicklung</b> .....	223
<b>1</b> Die abgebrochene Tradition: Die wirtschaftssprachlich-nationenwissenschaftliche Forschung der 1920er und 1930er Jahre .....	223
<b>2</b> Sprach- und kommunikationswissenschaftliche Entwicklungen .....	224
<b>2.1</b> Terminologielehre und Immanenz der 1950er und 1960er Jahre .....	225
<b>2.2</b> Fachsprachenforschung als Mutterdisziplin? Linguistische und fremdsprachen- didaktische Annäherungen in den 1970er und 1980er Jahren .....	226
<b>3</b> Multi- und interdisziplinäre Entwicklungen der Interkulturellen Wirtschaftskom- munikation zum Schnittstellenfach .....	230
<b>3.1</b> Wirtschaftsbezogene Fachsprachenforschung .....	230
<b>3.2</b> Interkulturelle Diskursanalyse .....	231
<b>3.3</b> Interkulturelle Fachkommunikationsforschung .....	232
<b>4</b> Interkulturelle Wirtschaftskommunikation als Gegenstandsbereich sozial- und kulturwissenschaftlicher Fachrichtungen .....	235
<b>5</b> Interkulturelle Wirtschaftskommunikation als Gegenstandsbereich der Wirtschafts- wissenschaften .....	236
<b>5.1</b> Vom kulturvergleichenden zum interkulturellen Management .....	236
<b>5.2</b> Interdisziplinäre Ausdifferenzierung .....	239
Literatur .....	243
Stichwortregister .....	264