

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	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
Kultur	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
Kulturelles Handeln	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
	Interkulturelles Handeln	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

Interkulturelle Organisationslehre	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
Interkulturelles Marketing	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
Interkulturelle Personalorganisation und -entwicklung	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

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