

Melanie Mergler

Kulturelle Kommunikation in internationalen Unternehmen

Analyse komplexer kulturell geprägter
Phänomene im ökonomischen Kontext

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Egbert Kahle



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort und Dank	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis und Formalia	XV
1 Einleitung	1
1.1 Forschungsgegenstand, Erkenntnisinteresse und Zielsetzung.....	2
1.2 Gegenwärtiger Forschungsstand	4
1.3 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit.....	5
2 Kultur als dynamisches und prozesshaftes Zeichensystem	7
2.1 Annäherung an den Kulturbegriff aus kultursemiotischer Perspektive	8
2.2 Die Nation als Grundlage für das Entstehen von Interkulturalität ..	13
2.3 Individualismus und Kollektivismus als differenzierende Wertesysteme	19
2.4 Verbindende Elemente kultureller Überschneidungssituationen	22
2.5 Zwischenfazit	27
3 Kommunikation als Schlüsselfaktor kultureller Austauschprozesse	29
3.1 Interdisziplinäre Annäherung an den Kommunikationsbegriff.....	29
3.2 Die Zeichenhaftigkeit von Kommunikation	33
3.3 Die Sprache als Medium von Kommunikation	34
3.4 Die Bedeutung von verbaler und non-verbaler Kommunikation	37
3.5 Zeichen- und Kommunikationsmodelle als Voraussetzung für Interkulturalität	38
3.5.1 Das Organon-Modell der Sprache als Zeichenmodell	41

3.5.2	Das Modell der Kommunikativen Funktionen als Kommunikationsmodell.....	49
3.6	Kritische Modellbetrachtung und Überprüfung auf praktische Anwendbarkeit.....	56
3.7	Zwischenfazit.....	58
4	Von kultureller zu interkultureller Kommunikation.....	61
4.1	Kommunikative Herausforderungen im 21. Jahrhundert.....	62
4.2	Annäherung an den Begriff der Interkulturalität.....	64
4.3	Kommunikation und Nation im interkulturellen Kontext.....	66
4.4	Konstituierende Elemente interkultureller Kommunikation.....	68
4.5	Zwischenfazit.....	71
5	Herausforderungen interkultureller Kommunikation am Beispiel Airbus.....	73
5.1	Airbus als Prototyp eines international-interkulturellen Unternehmens.....	74
5.2	Internationalisierung als Herausforderung für Unternehmen.....	75
5.3	Das Management internationaler Unternehmen.....	83
5.4	Interkulturelle Organisationsprozesse.....	91
5.5	Airbus – Die Ursprünge des europäischen Flugzeugherstellers.....	96
5.5.1	Airbus – Das Modell eines internationalen Unternehmens.....	98
5.5.2	Airbus – Das Management und seine Organisationsstruktur....	100
5.5.3	Airbus – Interkulturelle Organisationsprozesse in der Unternehmenspraxis.....	103
5.6	Zwischenfazit.....	104
6	Sprache, Kultur, Kommunikation – eine empirische Untersuchung..	107
6.1	Erkenntnisinteresse und Ziel der Untersuchung.....	107
6.2	Die Untersuchung bei Airbus.....	108
6.3	Entwicklung des Forschungsdesigns.....	108
6.3.1	Auswahl der Methode.....	109
6.3.2	Konstruktion des Fragebogens.....	112
6.4	Durchführung der Untersuchung.....	117
6.4.1	Datenzugang und Auswahl der Experten.....	117

6.4.2	Datenerfassung.....	120
6.4.3	Datenauswertung	121
6.5	Interviewdarstellung mit Fokus auf Sprache, Kultur, Kommunikation	123
6.6	Drei Schlüsselfaktoren als Ergebnis der angewandten Interviewreflexion.....	134
6.7	Airbus: Chancen und Herausforderungen für das Unternehmen...	144
7	Das Modell der interkulturellen Kommunikation	147
7.1	Der Weg in eine globalisierte Zukunft.....	147
7.2	Entwicklung eines Prozessmodells der interkulturellen Kommunikation	149
8	Fazit	155
9	Literaturverzeichnis	159
Anhang		175