

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	11
2.	Zentrale Begriffe und weitere Grundlagen	15
2.1.	Kommunikation	15
2.2.	Kultur	18
2.3.	Interkulturelle Kommunikation	26
2.4.	Kulturelle Bildung	31
3.	Auswahl und Umsetzung der Erhebungsmethode .	37
4.	Ergebnisse	57
4.1.	Deutschland	58
4.1.1.	Das Selbstbild der Deutschen	58
4.1.2.	Die Deutschen und ihre ausländischen Geschäftspartner ..	59
4.1.2.1.	Deutsche aus der Sicht ausländischer Geschäftsleute ..	59
4.1.2.2.	Ausländische Geschäftspartner aus deutscher Sicht	62
4.1.2.3.	Die Verständigung zwischen Deutschen und Ausländern ..	64
4.2.	Asien	66
4.2.1.	Das Selbstbild der Asiaten	66
4.2.2.	Asiaten und ihre deutschen Geschäftspartner	67
4.2.2.1.	Asiaten aus deutscher Sicht	67
4.2.2.2.	Deutsche aus asiatischer Sicht	70
4.2.2.3.	Verständigung zwischen Asiaten und Deutschen	73
4.2.3.	Asiaten und Geschäftspartner aus anderen Kulturreihen ..	75
4.3.	Australien	77
4.3.1.	Das Selbstbild der Australier	77
4.3.2.	Australier und ihre deutschen Geschäftspartner	78
4.3.2.1.	Australier aus deutscher Sicht	78
4.3.2.2.	Deutsche aus australischer Sicht	79
4.3.2.3.	Verständigung zwischen Australiern und Deutschen	81
4.3.3.	Australier und Geschäftspartner aus anderen Kulturreihen ..	82
4.4.	Arabien	83
4.4.1.	Das Selbstbild der Araber	83

4.4.2.	Araber und ihre deutschen Geschäftspartner	84
4.4.2.1.	Araber aus deutscher Sicht	84
4.4.2.2.	Deutsche aus arabischer Sicht	87
4.4.2.3.	Verständigung zwischen Arabern und Deutschen	89
4.4.3.	Araber und Geschäftspartner aus anderen Kulturkreisen ...	91
4.5.	Indien	92
4.5.1.	Das Selbstbild der Inder	92
4.5.2.	Inder und ihre deutschen Geschäftspartner	92
4.5.2.1.	Inder aus deutscher Sicht	92
4.5.2.2.	Deutsche aus indischer Sicht	94
4.5.2.3.	Verständigung zwischen Indern und Deutschen	96
4.5.3.	Inder und Geschäftspartner aus anderen Kulturkreisen	97
4.6.	Nordamerika	98
4.6.1.	Das Selbstbild der Nordamerikaner	98
4.6.2.	Nordamerikaner und ihre deutschen Geschäftspartner	99
4.6.2.1.	Nordamerikaner aus deutscher Sicht	99
4.6.2.2.	Deutsche aus nordamerikanischer Sicht	101
4.6.2.3.	Verständigung zwischen Nordamerikanern und Deut- schen	103
4.6.3.	Nordamerikaner und Geschäftspartner aus anderen Kulturkreisen	104
4.7.	Südamerika	106
4.7.1.	Das Selbstbild der Südamerikaner	106
4.7.2.	Südamerikaner und ihre deutschen Geschäftspartner	106
4.7.2.1.	Südamerikaner aus deutscher Sicht	106
4.7.2.2.	Deutsche aus südamerikanischer Sicht	108
4.7.2.3.	Verständigung zwischen Südamerikanern und Deutschen	110
4.7.3.	Südamerikaner und Geschäftspartner aus anderen Kultur- kreisen	112
4.8.	Nordeuropa	113
4.8.1.	Das Selbstbild der Nordeuropäer	113
4.8.2.	Nordeuropäer und ihre deutschen Geschäftspartner	114
4.8.2.1.	Nordeuropäer aus deutscher Sicht	114
4.8.2.2.	Deutsche aus nordeuropäischer Sicht	115
4.8.2.3.	Verständigung zwischen Nordeuropäern und Deutschen	117
4.8.3.	Nordeuropäer und Geschäftspartner aus anderen Kultur- kreisen	118
4.9.	Mitteleuropa	119
4.9.1.	Das Selbstbild der Mitteleuropäer	119

4.9.2.	Mitteleuropäer und ihre deutschen Geschäftspartner	120
4.9.2.1.	Mitteleuropäer aus deutscher Sicht	120
4.9.2.2.	Deutsche aus mitteleuropäischer Sicht	122
4.9.2.3.	Verständigung zwischen Mitteleuropäern und Deutschen ..	124
4.9.3.	Mitteleuropäer und Geschäftspartner aus anderen Kulturkreisen	126
4.10.	Südeuropa	127
4.10.1.	Das Selbstbild der Südeuropäer	127
4.10.2.	Südeuropäer und ihre deutschen Geschäftspartner	128
4.10.2.1.	Südeuropäer aus deutscher Sicht	128
4.10.2.2.	Deutsche aus südeuropäischer Sicht.....	130
4.10.2.3.	Verständigung zwischen Südeuropäern und Deutschen ..	132
4.10.3.	Südeuropäer und Geschäftspartner aus anderen Kulturkreisen	133
4.11.	Osteuropa	134
4.11.1.	Das Selbstbild der Osteuropäer	134
4.11.2.	Osteuropäer und ihre deutschen Geschäftspartner	135
4.11.2.1.	Osteuropäer aus deutscher Sicht	135
4.11.2.2.	Deutsche aus osteuropäischer Sicht	137
4.11.2.3.	Verständigung zwischen Osteuropäern und Deutschen ..	139
4.11.3.	Osteuropäer und Geschäftspartner aus anderen Kulturkreisen	140
4.12.	Südafrika	140
4.12.1.	Das Selbstbild der Südafrikaner	140
4.12.2.	Südafrikaner und ihre deutschen Geschäftspartner	141
4.12.2.1.	Südafrikaner aus deutscher Sicht	141
4.12.2.2.	Deutsche aus südafrikanischer Sicht	143
4.12.2.3.	Verständigung zwischen Südafrikanern und Deutschen ..	144
4.12.3.	Südafrikaner und Geschäftspartner aus anderen Kulturkreisen	145
4.13.	Die 11 Kulturkreise in weltweiter Zusammenarbeit	146
5.	Gezielte Veränderungen in der Unternehmenskultur	151
6.	Zusammenfassung	155
	Literaturverzeichnis	167