

## Interkulturelle Kommunikation

von

Prof. Dr. Stefan Müller, Katja Gelbrich

Prof. Dr. Stefan Müller, Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre an der Helmut-Schmidt-Universität, Universität der Bundeswehr Hamburg. Mitherausgeber des Handbuchs der Bilanzierung (HdB) Haufe Verlag und Mitglied im Arbeitskreis IFRS des Internationalen Controller Vereins.

1. Auflage

Interkulturelle Kommunikation – Müller / Gelbrich

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Marketing, Handelsmanagement

Verlag Franz Vahlen München 2014

Verlag Franz Vahlen im Internet:

[www.vahlen.de](http://www.vahlen.de)

ISBN 978 3 8006 4600 5

## Stichwortverzeichnis

### A

Aberglaube 238  
Ablehnung 106  
Abnutzungseffekt 457  
Absurdität 409  
Ahnenkult 138, 234, 255  
– Ahnenverehrung 253  
Akkulturation 40, 466  
Akronyme 197, 352  
Akzeptanz 446, 449, 456  
Alphabet 139  
– alphabetische Schrift 339  
– alphabetische Sprachen 294, 333  
Alter 479  
Ambiguitätstoleranz 439  
Amtssprache 296  
Analogie 289  
Analphabetismus 313  
– Analphabetenquote 407  
Anerkennung 367  
Angemessenheit 28  
Anglizismen 308  
Angst 65, 239, 420  
Animatismus 234  
Animismus 233  
Animosität 171, 400, 477  
Anordnung 20  
Anrede 320, 324  
Ansatz, situativer 496  
Anspruchsgruppen 427  
Anthropologie 19, 35  
– anthropologische Kommunikations-  
und Kulturtheorie 18  
– Kulturanthropologie 39  
Anti-Intellektualitäts-These 280  
Anti-Raucher-Kampagne 420  
Antworttendenzen 72, 74  
Appelle  
– emotionale 360  
– rationale 372  
Arabien 22, 145, 168, 478  
Arbeit, harte 260  
Arbeitsstil 483  
– Teamarbeit 483  
Architektur 216  
Argumentationsstil 474  
Armut 246, 256, 259, 268

Asien 267  
– -Wunder 261  
Askese 260  
Aspirin 13, 328  
Assoziationen 322, 335  
Atheismus 235  
attitude towards the ad 387  
Attribution 30  
Aufklärung 160  
Aufmerksamkeit 403  
– -wirkung 424

### B

Barmherzigkeit 248  
Bedürfnis 364, 367  
Beeinflussung 168  
– -strategien 438  
– Liking-Strategie 440  
– Reziprozitätsstrategie 438  
Begrüßungsrituale 182  
– extravertale 111  
– Skript Begrüßung 182  
– verbale 85  
Beleidigung 105, 277  
belief 70  
Berührung 111  
Bestechung 185  
Beziehung, soziale 114  
bias  
– cultural 59, 406  
– response 133  
– response-bias corrected values 72, 74  
– self serving 481  
Bildinformation 370  
Blickkontakt 108  
Blumenstrauß 302  
Blutrache 276  
Brasilien 85, 214, 478  
bubbles 111  
Buchreligionen 236  
Buddhismus 236, 252  
Bulgarien 106  
Bumerang-Effekt 421, 457  
Bußrituale 189  
buy national 352

## C

Calvinismus 246  
 cartesianisches Weltbild 141  
 Celebrity-Werbung 440  
 Chile 118, 334  
 China 106, 178, 188, 390, 464, 478  
 – Chinesisch 288, 304  
 – Dialekte 305  
 Chinese Value Survey 59  
 Christentum 244  
 – christlich-abendländisches Weltbild 138  
 – christliches Menschenbild 141  
 – evangelische Kirchen 244  
 – katholische Kirchen 244  
 – lateinisch-abendländische Westkirche 245  
 – orthodoxe Westkirche 245  
 – protestantische Kirchen 244  
 – Rechtfertigungslehre 245  
 Chronemik 25  
 claim 309  
 code law 273  
 common law 273  
 Concepta 49, 125  
 Contergan 314  
 corporate citizenship 430  
 corporate diplomacy 431  
 corporate governance 432  
 corporate reputation 433  
 corporate social responsibility 434  
 country of origin 325, 350, 411  
 Coupons 447, 461  
 cultural bias 59  
 cultural universals 365  
 customary law 272

## D

Dänemark 213  
 Deduktion 474  
 Delegation 500  
 Demut 189  
 Demütigung 277  
 Denken 142, 292  
 – cartesianisches 142  
 – logisches 142  
 – kausales 141  
 Denkstil 473  
 Determinismus 142  
 – deterministisches Weltbild 130  
 Deutsch 302  
 – deutschsprachiger Raum 12  
 – Umlaute 302  
 Deutschland 9, 23, 58, 62, 168, 262, 296, 501  
 Dialekt 295

Differenzierung 360, 366  
 Direktheit 23  
 Direktmarketing 460  
 Diskriminanzvalidität 26  
 Dissonanz 153  
 Distanz 20, 111  
 Diversität, kulturelle 7  
 Dogmatismus 241, 280  
 Drittkultur, virtuelle 4  
 Drittland-Joint Venture 14  
 Dual Concern-Modell 488  
 Dualismus 142  
 – Dualität 249  
 Duzen 324

## E

Effekte  
 – Abnutzungseffekt 457  
 – Bumerang-Effekt 421, 457  
 – Gewöhnungseffekt 457  
 – Isolationseffekt 410  
 – Priming-Effekt 349  
 – Vampir-Effekt 420  
 Effizienz 28  
 Ehre 48, 276  
 – Ehrenmord 189, 277  
 Ehrgeiz 484  
 Eindruck, erster 182  
 Einstellungen 55  
 Emblem 105  
 Emotionen 97, 104, 403  
 – Angst 65, 235  
 – Emotiocon 101  
 – emotionale Appelle 360  
 – emotionale Kompetenz 29  
 – Emotionalisierung 420  
 – Emotionsregel 99  
 – Farben 201  
 – Furcht 99  
 – Glück 66, 198  
 – kulturellrelativistischer Ansatz 99  
 – pankulturelle 98  
 – soziale 107  
 – Pessimismus 130  
 – Scham 135, 277  
 – Schuld 214  
 – Sorge 474  
 – Stolz 47, 107  
 – Unglück 198  
 – Verachtung 99  
 Empfehlungsmangement 466  
 Empirizismus 69  
 encodieren 16  
 ENDMARK-Claim Studie 309

Englisch 305  
– Anglizismen 308  
Enkulturation 40, 45  
Entscheidungsverhalten 62, 91, 253  
– Kaufentscheidung 230, 280, 325  
Entschuldigung 102, 136, 191, 318  
Ereignisse, kritische 29  
– Critical Incident Technique 77  
Erotik 423  
Erziehungsstil 471  
Escape-Motiv 389  
Ethik 208  
– buddhistische 254  
– Ethik-Check 429  
– konfuzianische 150  
– Leistungsethik 256  
– Prädestinationslehre 246  
Ethnozentrismus 34, 171, 500  
Eurozentrismus 297  
evoked set 456  
eWOM 477  
Ex Post-Erklärung 423  
extraverbale Kommunikation 110  
Exzeptionalismus, amerikanischer 144

## F

Face Negotiation Theory 135  
Fairness 275  
Familie 131, 138  
– Familiensystem 131  
– Unternehmensfamilie 132  
Farben 194, 199  
– Gefühle 201  
– Trauerfarbe 195, 204  
Fatalismus  
– fatalistische Subkultur 160  
Feldtheorie 19  
Feminität 67  
Finnland 93, 154, 300  
Fleiß 255  
fluchen 12, 320  
foreign branding 325, 341  
framing 170  
Frankreich 86, 89, 114, 159, 322, 480, 485  
Freiheit 271  
Fremde 135, 162, 351  
– Fremdheit 350  
– Fremdsprachen 303  
– Xenophobie 325  
Führung  
– Führungseffektivität 70  
– Implicit Leadership Theory 70  
Führungsstil 496  
– charismatischer 500

– Delegation 500  
– ethnozentrischer 500  
– Kontingenzmodell 497  
– Kontrolle 500  
– Partizipation 496  
fundamentalistisches Weltbild 145  
Furcht 99, 420  
Fürsorge 213, 255, 268

## G

Gastfreundschaft 208  
Gefühle, unerwünschte 101  
Gegenkultur 3  
Gegenwartsorientierung 144, 473  
Gemeinnützigkeit 453  
Gender 494  
– geschlechtsspezifische Regeln der Begrüßung 118  
– Geschlechtergleichheit 67, 73  
– Geschlechterrollen 67, 394, 494  
– Rolle der Frau 264  
– Umgang mit Konflikten 494  
– weibliche Gottheiten 250  
Gerechtigkeit 164, 270, 273, 275  
Geschenk 183  
– Blumen 209  
Geschlechterrollen 67, 394  
Gesellschaft  
– kognitive 140  
– magische 158  
Gesetzesreligionen 236  
Gesicht 134  
– Face Negotiation Theory 135  
– other face 135  
– self face 136  
Gesprächsthemen 88  
Gesten 104  
Gewinnspiel 446  
Gewohnheitsrecht 272, 273  
– customary law 272  
– Volkergewohnheitsrecht 272  
Gewöhnungseffekt 457  
Gini-Koeffizient 68, 276  
Gleichheit 324  
GLOBE-Kulturstudie 70  
Glokalisierungsthese 371  
Glück 66, 185, 198  
– Glücksnamen 337  
Gnade 236  
Goodwill 357, 481  
Griechenland 106, 212, 214  
Großbritannien 111, 213, 302, 463, 481  
Gründungsmythos 172

**H**

Habituation 457  
 Handlungsorientierung 54  
 Handlungstraining, interkulturelles 30  
 Handschlag 113  
 hard selling 392  
 Harmonie 48, 132, 279  
 – amae 133  
 – Ying und Yang 279  
 Hedonismus 398, 412  
 – hedonistische Produkte 466  
 Helden 176, 196  
 – Anti-Helden 180  
 – falsche und wahre Helden 177  
 – Heldenmenschen 179  
 – Heroismus 231  
 – Kulturhelden 178  
 – Produkthelden 179  
 Herkunftslandprinzip 445  
 Herkunftszeichen  
 – country of origin 325, 350  
 – indirektes Herkunftszeichen 371  
 Hierarchie- und Statusunterschied 11, 64  
 High Context-Kultur 20, 26  
 Hinduismus 249  
 Hochkultur 3  
 Höflichkeit 198, 210  
 – -floskeln 308  
 – -formen 320  
 Homographie 305  
 Homonyme 305  
 Homophone 198  
 Humor 412  
 Hybridstrategie 371

**I**

Identität 55, 88, 134, 152  
 – asiatische 153  
 – ethnische 153  
 – europäische 152  
 – Ich-Identität 15  
 – institutionelle 229  
 – kollektive Identität 154  
 – kulturelle 153  
 – nationale 152, 174  
 – religiöse 227  
 – soziale 152  
 Ideogramm 304  
 – ideographische Schrift 340  
 IDV 11  
 Illusion 252  
 Implicit Leadership Theory 70  
 Implicit Motivation Theory 70

Impression Management 466  
 in group 135  
 Indien 155, 178, 389  
 Individualismus 62  
 indo-europäische Sprachfamilie 297  
 – Anatolien-Hypothese 298  
 – Steppen-Hypothese 298  
 Indonesien 492  
 Induktion 474  
 Information  
 – -gehalt 406  
 – -überflutung 205  
 – -verarbeitungsstil 294  
 – -beschaffung 351  
 Inhaltsanalyse 15  
 Institutionen 45, 131, 166, 173  
 Integrität 78, 91, 134  
 Intelligenz, kulturelle 31  
 Interessengruppe 425  
 Interkultur 3  
 – interkulturelle Kompetenz 28  
 interkulturelle Kommunikation 4, 18  
 – interkulturelle Kommunikationsfähigkeit 30  
 interkulturelle Wirtschaftskommunikation 5  
 Internationalisierung 428  
 Interpersonale Kommunikation 9  
 Intuition 142  
 – intuitive Argumentation 475  
 Iran 175  
 IRP-Modell 489  
 Irrtum, selbstwertdienlicher 153  
 Islam 246  
 Israel 176, 243

**J**

Japan 58, 102, 106, 115, 131, 137, 185, 190, 401, 464  
 – Japanisch 305  
 Judentum 242  
 Jugend 398  
 Jugoslawien, ehemaliges 153

**K**

Kalligraphie 370  
 Kapitalismus 262  
 – angelsächsischer 262  
 – Crony-Kapitalismus 263  
 – Ichiban-Kapitalismus, japanischer 132  
 – Netzwerk-Kapitalismus, chinesischer 132  
 – rheinischer 262  
 Karma 249

- Kastenwesen 250
- Kaufentscheidungen 230, 325
  - Kaufintention 393
  - Kaufwahrscheinlichkeit 348
- Kausalität 142
- Kindchenschema 362
- Kleider 222
- Klima 45
- Klimawandel 170
- Kollektivismus 45
- Kommunikation 6
  - anthropologische Kommunikations- und Kulturtheorie 18
  - Chronemik 24
  - direkte vs. symbolische 22
  - explizite vs. implizite 21
  - extravertale 110
  - interkulturelle 4
  - interkulturelle Kommunikationsfähigkeit 30
  - interkulturelle Wirtschaftskommunikation 5
  - internationale 5
  - interpersonale 9, 468
  - Kommerzielle Kommunikation 13
  - Kommunikationsprobleme 6
  - Kommunikationsstil 9
  - Kontext 20
  - nonverbale 97
  - paraverbale 92
  - small talk 87
  - verbale 84
  - Wirkung 120
- Kommunikationsmodelle 15
  - Allgemeines Kommunikationsflussmodell 15
  - Lasswell-Formel 15
  - Lineare Kommunikationsflussmodelle 15
  - Modell des Rollentausches 17
  - Modelle der symmetrischen Kommunikation 17
  - Osgood-/Schramm-Modell 17
  - Sender-/Empfänger-Modelle 15
  - Yale-Studies-of-Communication 15
- Kompetenz
  - emotionale 29
  - interkulturelle Handlungskompetenz 29
  - interkulturelle 28
  - interpersonale 30
  - interreligiöse 31
  - metakommunikative 29
  - soziale 28
- Konfession 230
- Konflikt 197, 485
  - -bereitschaft 487
  - deskriptive Konfliktforschung 486
  - explikative Konfliktforschung 487
  - Fähigkeit zur Konfliktlösung 14
  - Dual Concern-Modell 488
  - intrakulturelle Konfliktforschung 494
  - IRP-Modell 489
  - kulturvergleichende Konfliktforschung 487
  - -management 14
  - managerial grid 489
  - -modelle 487
  - prozessuale Konfliktmodelle 489
  - -stil 488
- Konfuzianismus 236, 254
  - konfuzianische Pflichtverhältnisse 137
  - konfuzianische Werte 137
  - konfuzianischer Kulturraum 102
  - konfuzianisches Weltbild 130
  - Konfuzianismus-These 268
- Konservatismus 280
- Konstrukt 26
- Konstruktivismus 143
- Konstruktvalidität 26
- Konsumerismus 427
- Kontext 9, 20, 94
  - Low Context- vs. High Context-Kultur 9, 20, 407
  - -abhängigkeit 495
- Kontingenzmodell 497
- Kontrolle 500
  - -motiv 484
  - -spanne 484
  - -überzeugung 125
- kontroverse Werbebotschaften 399
- Korea 11, 101, 131, 150, 303
- Körpergröße 193
- Korruption 209
- Kreation 345
- Krisenkommunikation 426
- Kritik 48, 78, 90, 484
- Kritische Ereignisse 29
- Kult 180
- Kultur 33
  - -anthropologie 38
  - anthropologische Kommunikations- und Kulturtheorie 18
  - Concepta 49
  - cultural bias 59
  - Definition 35
  - -dimensionen 56
  - Drittkultur 4
  - -eisberg 191

- explizite 125
- Gegenkultur 3
- -heroen 178
- Hochkultur 3
- High Context-Kultur 26
- -imperialismus 367
- implizite 125
- Interkultur 3
- interkulturelle Kommunikationsfähigkeit 30
- kulturelle Intelligenz 31
- kulturkonträre Werbebotschaften 400
- -kritik 453
- Landeskultur 47
- Low Context- vs. High Context-Kultur 9, 20
- Low Touch- vs. High Touch-Kultur 9, 20
- M-Time-Kultur 25
- materielle 216
- mentale 127
- Modalkultur 3
- P-Time-Kultur 25
- paraverbale Kommunikation 92
- -raum 41
- -religionen 234
- -vergleich 18
- Kulturraum 41
  - alphabetischer Sprachraum 294
  - Arabien 263
  - Asien 267
  - buddhistischer Kulturkreis 111
  - christlich-abendländischer Kulturkreis 138
  - Europa 42
  - High Context-Kulturen 21
  - islamischer 186
  - konfuzianischer 102
  - kontinentaleuropäischer 166
  - Low Context-Kulturen 22
  - Low Touch-Kulturen 20
  - Mittelmeerraum 41
  - monochroner 27
  - nordamerikanischer 20
  - osmanisches Reich 106
  - ostasiatischer 254, 269
  - polychroner 27
  - Schamgesellschaft 189
  - Schuldgesellschaft 189
  - Vorderer Orient 95
  - westliche Industriegesellschaften 125
- Kulturstandard 77
  - Gesicht wahren 78, 134
- Kulturvergleich 19
- Kurzfristorientierung 68
- L
- Lachen 96
  - Lächeln 101
  - Lächeln, asiatisches 102
- Länder
  - Arabien 22, 145, 168, 478
  - Brasilien 85, 214, 478
  - Bulgarien 106
  - China 106, 178, 188, 390, 464, 478
  - Dänemark 213
  - Deutschland 9, 23, 58, 62, 168, 262, 296, 501
  - Finnland 93, 154, 300
  - Frankreich 86, 89, 114, 159, 322, 480, 485
  - Griechenland 106, 212, 214
  - Großbritannien 111, 213, 302, 463, 481
  - Indien 155, 178, 389
  - Indonesien 492
  - Iran 175
  - Israel 176, 243
  - Japan 58, 102, 106, 115, 131, 137, 185, 190, 401, 464
  - Jugoslawien, ehemaliges 153
  - Korea 11, 101, 131, 150, 303
  - Niederlande 213
  - Österreich 159, 321
  - Polen 159, 175, 209, 390
  - Russland 10, 25, 91, 114, 482
  - Saudi-Arabien 483
  - Schweiz 210, 483
  - Spanien 87, 197, 477
  - Thailand 116, 252, 493
  - Türkei 106
  - USA 58, 87, 89, 103, 173, 306, 389
- Länderstereotyp 325
- Landeskultur 47, 125
- Langfristorientierung 68
- Lasswell-Formel 15
- Lautstärke 95
- Leid 252
- Leistungsethik 256
- Leistungsorientierung 255
- Lernstil 471
- Liebe 373
  - lovemarks 373
- Liking-Strategie 440
- lingua franca 307
- links & rechts 194
- Lob 89
- Logik 142
  - formale 475, 479
  - logische Argumentation 475
- Logo 328, 329

Low Context- vs. High Context-Kultur 9,  
20, 339, 407  
Low Touch- vs. High Touch-Kultur 9, 20  
LTO 11

## M

Macht 192, 210, 233  
göttliche 236  
Machtdistanz 64  
Magie 129, 23  
– magisches Weltbild 129  
managerial grid 489  
Manismus 233  
Marke 325  
– Adidas 426  
– Air Jordan 179  
– Apple 327, 331  
– Aspirin 13, 328  
– Audi 338, 371, 396  
– Bahlsen 332  
– Barilla 341  
– BASF 178  
– Becks 413  
– Benetton 401  
– bibop 331  
– Bionade 405  
– BMW 217, 338, 359, 396, 434  
– Boeing 291, 338  
– Bosch 177, 326, 434  
– Braun 309  
– Celesio 352  
– Chanel 332  
– Chevrolet 335  
– Coca-Cola 338  
– Daewoo 334  
– Daimler 396  
– Deutsche Bank 340, 396  
– Dolce & Gabbana 400  
– Du darfst 339  
– Esso 336, 368, 369, 431  
– Estée Lauder 336  
– Exxon 336  
– E.ON 331  
– Facebook 177, 223, 327  
– Fairy Ultra 333  
– Fit 328  
– Freenet 400  
– Ford 326, 335  
– Frosch 205, 328  
– Goodyear 335  
– Google 327  
– Haribo 440  
– Harley-Davidson 179  
– Henkel 345, 434

– Herrnbräu 328  
– Hunt-Wesson 336  
– Ikea 204, 220, 338, 348  
– Infineon 336  
– Johnson & Johnson 345  
– Karlsberg 414  
– Landliebe 352  
– Landwind 325  
– M&M 198  
– Magnum 309  
– Marlboro 207, 394, 439  
– Maxblue 353  
– McDonald's 206, 373  
– Melitta 372  
– Mercedes 206, 338  
– Mitsubishi 336  
– Mon Chéri 440  
– Montblanc 206  
– Mr. Proper 339  
– Mustang 335  
– Nestlé 192, 294  
– Nike 179, 206, 400  
– Nissan 336  
– Nivea 328, 360, 372  
– O2 331  
– Olympus 269  
– Opel 325, 328  
– Opium 160  
– Pampers 339  
– Persil 345  
– Phaeton 332  
– Porsche 345  
– Qimonda 336  
– Rolls-Royce 268, 335, 336  
– SAP 177  
– Schweppes 334  
– Shiseido 160, 279, 401  
– Siemens 312  
– Sixt 415  
– Sony 269  
– Sparkasse 397  
– Sprite 339  
– Spüli 352  
– Starbucks 373  
– Synovir 314  
– Tchibo 345, 440  
– Tepco 269  
– Thalidomid 313  
– Toyota 206, 396, 400  
– Treetop 349  
– Unilever 329, 335  
– Vapiano 177  
– Vileda 214  
– VW 178, 294, 359

- Markennamen 325
    - Länderstereotyp 325
    - foreign branding 325
  - Markenstrategien 326
  - Markenwert 327
  - Markierung 325
  - Marktwirtschaft
    - freie 452
    - soziale 453
  - marxistisches Weltbild 145
  - MAS 11
  - Maskulinität 67, 179
  - materielle Kultur 216
  - Mäzenatentum 449
  - Menschenbild 147
    - christliches 141
    - optimistisches 148
    - pessimistisches 148
  - Menschenrechte 139, 243
  - mentale Kultur 127
  - Mildtätigkeit 257
  - Mimik 97
  - Misstrauen 437
  - Misstrauensgesellschaft 53
  - Modalkultur 3
  - monochron 24
  - Moral 162
    - -lehre 235
  - Motivation
    - Affiliationsmotiv 484
    - Implicit Motivation Theory 70
    - Kontrollmotiv 484
  - M-Time-Kultur 25
  - multinationale Unternehmen 428
  - Musik 223
  - Muttersprache 296
  - mystische Religionen 237
  - Mythos 172
    - Alltagsmythos 175
    - Erlösungsmythos 175
    - Erneuerungs- und Wiedergeburtsmythos 174
    - Gründungsmythos 172, 174
    - Schöpfungsmythos 173
    - Untergangsmythos 174
- N**
- Nächstenliebe 243, 259
  - Nähe 111
  - Namen 323
    - Glücksnamen 337
    - lucky name 337
    - Markennamen 325
    - Vornamen 464
  - Nationalstolz 47, 195, 281
  - Natur 34, 53, 147, 250, 254
  - Naturrecht
    - nein 106
  - Neobuddhismus 266
  - Neokonfuzianismus 255
  - neues Weltbild 142
  - neuro-kultureller Erklärungsansatz 100
  - Niederlande 213
  - nonverbale Kommunikation 97
    - Gestik 104
    - Mimik 97
    - Blickkontakt 108
  - Normen 55, 160
    - göttliche 270
    - Konsumnormen 165
    - Rechtsnormen 270
    - Reziprozitätsnorm 163
    - universale 162
    - Verhaltensnormen 164
  - Nutzen
    - primärer 375
    - sekundärer 375
- O**
- Öffentlichkeit 427
    - corporate citizenship 430
    - Öffentlichkeitsarbeit 425
  - Operationalisierung 30
  - Opportunismus 265
  - Optimismus 148
  - Ordnung 130, 138, 255
    - chi 132
  - Ordnungspolitik 452
  - Orientierung, kulturelle 50
    - Gegenwartsorientierung 144
    - Handlungsorientierung 54, 143
    - hedonistische 136
    - kognitive 243
    - Leistungsorientierung 255
    - Sinnorientierung 54
    - Vergangenheitsorientierung 59, 144
    - Zeitorientierung 53
    - Zukunftsorientierung 59, 141
  - Osgood-/Schramm-Modell 17
  - Österreich 159, 321
  - other face 135
  - out group 135
- P**
- paraverbale Kommunikation 92
  - Partizipation 496
  - Paternalismus 454

- Patriotismus 144  
– Entwicklungspatriotismus 268  
– Verfassungspatriotismus 175  
– Währungspatriotismus 175  
patronalistische Wirtschaftsordnung 263  
PDI 11  
Percepta 49, 125  
Perfektionismus 486  
Personalismus 233  
Pessimismus 130, 143, 148  
Pflicht 248  
Phonetik 332  
Pidgin 290, 307  
Pietät 137  
– -pflicht 138  
Plosive 354  
Polen 159, 175, 209, 390  
political correctness 359  
polychron 25  
Polytheismus 250  
Positionierung 326  
Postmaterialismus-These 260  
Prädestinationslehre 246  
Pressefreiheit 442  
Pressemitteilungen 426  
Primärsprache 307  
Priming-Effekt 349  
Print- & TV-Werbung 380  
– Defizite & Risiken 380  
Privatbereich 87  
Problemlösung 289  
Produktlebenszyklus 375  
Prognosevalidität 26  
Protestantismus 245  
– asketischer Protestantismus 259  
– Calvinismus 246  
– evangelisch-lutherische Kirche 245  
– evangelisch-reformierte Kirchen 246  
– Prädestinationslehre 246  
– Rechtfertigungslehre 245  
Protestantismus-These 260  
Proxemik 19  
Proxy-Variable 44  
P-Time-Kultur 25  
Public Relations 425  
– corporate citizenship 430  
– Öffentlichkeit 427  
Pünktlichkeit 27
- R**
- Rassismus 153  
Rationalität 141, 148  
Rauchen 420  
Raum, privater 111  
Reaktanz 381  
Realitätskonstruktion, soziale 128  
Recht  
– Gewohnheitsrecht 272  
– islamisches 270  
– jüdisches 271  
– Naturrecht 272  
– positives 270, 272  
– göttliches 248, 270  
– kanonisches 258  
Rechtfertigungslehre 245  
Rechtsgrundsatz 273  
Rechtssystem 273  
– code law 273  
– common law 273  
– göttliches Recht 270  
Reduktionismus 142  
Regionalwissenschaften 35  
Reichtum 246  
Reichweite 384  
– qualitative 385, 451  
– quantitative 384  
Reinheit 252  
Religion 227  
– Buchreligionen 236  
– Definitionen 228  
– fordernde Religionen 236  
– Funktionen von Religionen 228  
– Gesetzesreligionen 236  
– Kulturreligionen 234  
– mystische Religionen 237  
– schenkende Religionen 236  
– Stammesreligionen 233  
– Volksglaube 237  
– Weltreligionen 234  
Religiosität 230  
– extrinsisch Religiöse 231  
– interreligiöse Kompetenz 31  
– intrinsisch Religiöse 231  
– Religiöse 280  
Renaissance 140  
response bias 133  
Reziprozität 163, 213, 276  
– -strategie 438  
Rhetorik 319  
Risiko  
– -bereitschaft 49, 280  
– -wahrnehmung 49, 408  
Rituale 180, 251  
– Alltagsrituale 181  
– Begrüßungsrituale 85, 182  
– Bußrituale 189  
– Geschenkrituale 183  
– profane 182

- Skript 180
- Tischrituale 186
- Trinkrituale 187
- Vermeidungsrituale 318
- Rolle 222, 395
- Rücksichtnahme 165
- Russland 10, 25, 91, 114, 482
  
- S**
- Sakralisierung 250
- Säkularisierung 232
- Sales Promotion
  - Handels-Promotions 444
  - Preis-Promotions 444
  - Verbraucher-Promotions 444
- Sapir-/Whorf-These 288
- Saudi-Arabien 483
  - Araber 478
- Scham 135, 255, 277
  - Schamgesellschaft 189
  - Schuldgesellschaft 189
- Schema 17
  - -theorien 17
  - Selbstschemata 149
- Schenken 183
  - Gegengeschenk 184
  - Geschenkrituale 183
- Schichtenmodelle 49
  - Kultureisberg 49
  - Kulturzwiebel 49
- Schlüsselinformation 325, 370
- Schockwerbung 403
- Schönheit 279, 361, 367, 396
- Schriften 292
  - alphabetische 294
  - ideographische 333
  - Konsonantenschriften 294
  - rituelle Funktion 293
  - Runenschriften 293
  - Schriftzeichen 294
- Schriftsprache 295
- Schriftsysteme 292
- Schriftzeichen 198
  - Schriftzeichensprachen 292, 294, 327
- Schuldgesellschaft 189
- Schutzfähigkeit, internationale 330
- Schweigen 93
- Schweiz 210, 483
- Selbst 149
  - abhängiges 150, 155, 397
  - kollektives 154, 155
  - privates 154
  - Selbsterlösung 254
  - Selbstreferenz 156
  - selbstwertdienlicher Irrtum 153
  - unabhängiges 150, 397
- Selbstbild 149, 467, 501
- Körperbild 149
- Selbstreferenz 156
- self face 136
- self serving bias 15
- Semantik 335
- Sender-/Empfänger-Modelle 16
- shareholder 427
  - Shareholder-Value-Perspektive 432
- Shintoismus 237
- Siezen 324
- Silent Language 23
- Sinnorientierung 54
- Sitten & Gebräuche 208
  - Blumenstrauß 209
  - Bekleidung 222
  - Gastfreundschaft 208
  - Gastgeschenk 209
  - Höflichkeit & Unhöflichkeit 210
  - Tischsitten 186
  - Trinkgeld 210
  - Wasch- & Putztechniken 214
- Sitzordnung 187
- Skript 180
- Slogan 311
- small talk 87
- soziale Kultur 172
- Sozialisation 55, 394
- Spanien 87, 197, 477
- Spenden 449
- Spieltheorie 130
- Spiritualität 230
  - Personalismus 233
- Sponsoring 449
- Sprache 104, 287
  - alphabetisch-phonetische Sprachen 292, 294, 333, 339
  - Amtssprache 296
  - Evolutionstheorie 291
  - Fremdsprachen 303
  - ideographische Sprachen 333
  - lingua franca 307
  - Muttersprache 296
  - Pidgin 307
  - Primärsprache 307
  - Schriftzeichensprachen 292, 294
  - Sondersprachen 301
  - Sprachcodes 316
  - Sprachrelativismus 288
  - Sprachroutine 318
  - Sprachuniversalie 340
  - Ursprache 295
  - Weltbild 288

- Sprachfamilien 297
- afrikanische 299
  - finno-ugrische 300
  - indo-europäische 297
  - romanische 297
- Sprachstil 471
- Sprichworte 129
- Stabilität 255, 271
- stakeholder 427, 432
- Stammesreligionen 233
- Standardisierung/Differenzierung 346, 360
- Glokalisierungsthese 371
- Steuerrecht 453
- Stil 471
- Argumentationsstil 474
  - Denkstil 142
  - Erziehungsstil 472
  - Führungsstil 496
  - Informationsverarbeitungsstil 294
  - kognitiver Stil 472
  - Kommunikationsstil 392, 472
  - Konfliktstil 488
  - Lernstil 472
  - Managementstil 53
  - Sprachstil 472
  - Wirtschaftsstil 472
- Stimmelage 92
- Stolz 47, 107
- Nationalstolz 47, 175
- Strafe 272
- Freiheitsstrafe 273
  - Sozialstrafe 272
- Structural Contingency Theory 71
- Subkultur 4, 160, 180
- Symbol 191
- Farb-Symbolsprache 199
  - kulturspezifische 195
  - Lautsymbolik 335
  - Nationalsymbole 195
  - universelle 192
- T**
- Tabu 88, 157
- Kommunikationstabu 158
  - Objekttabu 158
  - Tattabu 157
  - Worttabu 158
- Taijitu 475
- Teamarbeit 483
- Territorialverhalten 113
- Textinformationen 370
- Thailand 116, 252, 493
- Theismus 233, 235
- Theorien
- Anthropologische Kommunikations- und Kulturtheorie 18
  - Cognitive Response-Theorie 358
  - Dissonanztheorie 153
  - E-V-Hypothese 170
  - Evolutionstheorie 291
  - Face Negotiation Theory 135
  - Feldtheorie 19
  - Implicit Leadership Theory 70
  - Implicit Motivation Theory 70
  - Kognitive Dissonanz 439
  - Neuro-kultureller Erklärungsansatz 100
  - Schematheorie 17, 409
  - Spieltheorie 130
  - Structural Contingency Theory 71
  - Theorie der sozialen Identität 152
  - Theorie der Reizklassifikation 152
  - Theorie des geplanten Verhaltens 170
  - Theorie des überlegten Handelns 170
  - Value-Belief Theory of Culture 70
- Tiere 195
- Bär 196
  - Drache 195, 401
  - Fisch 198
  - Fledermaus 198
  - Hirsch 198
  - Rabe 196
  - Schwein 196
- Tod 196
- Toleranz 252
- Tonalität 392
- Tonhöhe 92
- Topografie 45
- Traditionalismus 280
- Transliteration 345
- phono-semantischer Ansatz 345
- Trivialkultur 4
- Tugend
- calvinistische 144, 260
  - konfuzianische Kardinaltugenden 138
  - konfuzianische Sekundärtugenden 138
- Türkei 106
- U**
- UAI 11
- Übersetzungsstrategien 344
- Umlaute 302
- Unbewusstes, kollektiv-kulturspezifisches 19
- Unglück 185, 186, 198
- Unhöflichkeit 210
- universals
- cultural universals 365

- Größensymbolik 335
- Humor 413
- Isolationseffekt 410
- Primärsprache 307
- Schutz und Fürsorge 362
- Sprachuniversalismus 289
- Sprachuniversalie 340
- universal appeals 362, 397
- universale Normen 162
- Universalität 163
- universelle Symbole 192
- Unsicherheitsvermeidung 65
- Unternehmensführung, gesellschaftsbe-  
wusste 431
- Unternehmenskultur 37, 71, 174, 177, 279
- Ursprache 295
- USA 58, 87, 89, 103, 173, 306, 389
- Klimawandel 170
- Patriotismus 144
- Sonderrolle 144
- Utilitarismus 412
- utilitaristische Produkte 466

**V**

- Validität
  - Diskriminanzvalidität 26, 433
  - externe 67, 69, 351
  - interne 69
  - Konstruktvalidität 26, 433
  - Prognosevalidität 26
- Value-Belief Theory of Culture 70
- Vampir-Effekt 420
- Variable
  - abhängige 491
  - Moderatorvariable 171, 413
  - Proxy-Variable 44
  - unabhängige 171
- variety seeking 473
- Verachtung 99
- verbale Kommunikation 84
  - Verbalkultur 94
- Verbeugung 115
- Verbrechen 189
- Vergangenheitsorientierung 144, 473
- Vergebung 244, 276
- Vergehen 271
- Vergeltung 163, 271, 273, 276
- vergleichende Werbung 455
  - Akzeptanz 456
  - Risiken 456
  - Stärken 456
  - Wirkungsmodell 457
- Verhalten, richtiges 227
- Verhandlungsstile 477

- Brasilien 478
- China 478
- Frankreich 480
- Griechenland 481
- Großbritannien 481
- Mexiko & Philippinen 481
- Russland 482
- Saudi-Arabien 483
- Schweiz 483
- Verkaufsförderung 444
- Vermeidungsritual 318
- Verpackung 185
- Versöhnung 244
- Vertrag 48
  - Vertragsstrafe 133
- Vertrauen 166, 278, 433, 435, 466
  - corporate reputation 433
  - -bonus 329
  - -gesellschaft 53
- Vielfalt, kulturelle 8
- Volksfrömmigkeit 237
  - Volksbuddhismus 252
  - Volksglaube 238
  - Volksreligion 249
- Voluntarismus 143
- Vorderer Orient 95
- Vorhersagbarkeit 240
- Vorname 464

**W**

- Wahrnehmung, selektive 205, 396
- Wangenkuss 114
- Weltbild 128
  - altes 142
  - cartesianisches 141
  - christlich-abendländisches 138
  - deterministisches 130
  - fundamentalistisches 145
  - konfuzianisches 130
  - magisches 129
  - marxistisches 145
  - neues 142
  - voluntaristisches 143
- Weltmarkt der Werbung 379
  - Auswahl der Werbeträger 381
  - Print- vs. Fernsehwerbemärkte 382
- Weltordnung 270
- Weltreligionen 234, 242
  - Buddhismus 252
  - Christentum 244
  - Hinduismus 249
  - Islam 246
  - Judentum 242
- Weltsprache 296, 308

- Werbebotschaft 396
  - absurde 409
  - emotionale Appelle 397
  - erotische 423
  - furchterregende 420
  - hedonistische 412
  - humorvolle 412
  - Informationsgehalt 406
  - informative 405
  - kontroverse 398, 402
  - kulturkonträre 400, 403
  - kulturspezifische Appelle 398
  - utilitaristische 412
- Werbewirkung 413
  - affektives Werbewirkungsmodell 413
  - Attitude toward the Ad-Modell 417
  - Aufmerksamkeitswirkung 424
  - kognitives Werbewirkungsmodell 413
  - kulturvergleichende Werbewirkungsstudien 417
- Werbung 386
  - Celebrity-Werbung 440
  - Einstellung zur Werbung 388
  - Print- & TV-Werbung 386
  - vergleichende Werbung 455
  - Weltmarkt der Werbung 379
  - Werbedruck 396
- Werte 55, 166
  - asiatische 266
  - instrumentale 168
  - konfuzianische 137, 266
  - neue 403
  - postmaterialistische 261
  - zielgerichtete 168
- Wiedergeburt 251
- Wirtschaftsethik 256
  - buddhistische 265
  - christliche 257
  - hinduistische 265
  - islamische 263
  - jüdische 256
  - konfuzianische 266
- Wirtschaftskultur, interkulturelle 5
- Wirtschaftsstil 471
- word of mouth 466
- Worte 197
  - Akronyme 197
  - Homophone 198
- Wortschatz 290
- Wunder
  - Asien-Wunder 261
  - asiatisches 266
  - griechisches 138
- Würde 78, 256, 277
- X**
- Xenophobie 325
- Y**
- Yin und Yang 279, 338
- Z**
- Zeit
  - Pünktlichkeit 28
  - zeitgeizige Kulturen 372
  - Zeitorientierung 52
  - Zeitstruktur 26
  - Zeitverständnis 59
  - Zeitwahrnehmung 53, 143
- Zukunft 53, 143
  - Zukunftsängste 474
  - Zukunftsorientierung 59, 473
- Zweifel 141, 142
- Zweitplatzierung 385