

# Interkulturelle Kommunikation

Grundlagen und interkulturelle Kompetenz für Marketing und Vertrieb

von  
Prof. Dr. Michael Schugk

2. Auflage

Verlag Franz Vahlen München 2014

Verlag Franz Vahlen im Internet:  
[www.vahlen.de](http://www.vahlen.de)  
ISBN 978 3 8006 4888 7

Zu [Leseprobe](#) und [Inhaltsverzeichnis](#)

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

## Stichwortverzeichnis

### A

- Abschlusstechniken
  - Referenztechnik 404
  - Teilentscheidungstechnik 404
- Absichten und Bezüge
  - Appellebene 362
  - Beziehungsebene 351, 361
  - Inhaltsebene 351, 357
  - Selbstoffenbarungsebene 359
- Ad-hoc-Formulierung 99
- Akkulturation 413
  - Dauer 418
  - Euphoriephase 414
  - Phase der Akkulturation 416
  - Phase der Stabilisierung 416
  - Phase des Kulturschocks 414
- Akkulturationsgrad 417
  - Operationalisierung 417
- Amygdala 307
- Andersartigkeit 69
- Annahme
  - fundamentale 47
- Anthropologie 29
- Äquivokation 11
- Argumentation 400
- Argumentationsphase 400
- Artefakt 49
- Artefakte
  - materielle 119
- Assimilation 413
- Assoziationsexperiment 469
- Assoziationsnormen 469
- Attitüde 48
- Aufgabenumwelt 60, 64
- Auslandsentsendung 416
- äußere Umwelt
  - Stellenwert 231
  - Umgang 231

### B

- Basisemotionen 129
- Bedarfsanalysephase 400

### Bedingungen

- geographische 45
  - ökologische 45
- Begriffsnetz 74
- Berührungsverhalten 113
- Bestimmtheit 256
- Betonung 124
- Bewegungsverhalten 330
- Beziehung 60
  - soziale 60
- Beziehungsebene 351
- Bindung
  - soziale 60
- Blickkontakt 114
- Budgetallokation 465

### C

- Coaching 431
- Concepta 63, 439
- Country-of-Origin-Effekt 449
- Culture-Assimilator 427
- Culture-Bound-These 439
- Culture-Free-These 439

### D

- Darbietungsregeln 130
- Dekodierung 10, 15
- Denkform
  - abstrakte vs. konkrete 90
  - alphabetische vs. analphabetische 93
  - induktive vs. deduktive 89
- Denkformen
  - kulturspezifische 88
- Dialekt 72, 73
- Differenzierung 443
- Differenzierungsgrad 444
- Diffusheit 219
- Direktheit 95, 153
- Direktheitskala 96, 491
- Direktheitsstufen 96, 491

**E**

Einflussfaktor

- kultureller 64
- natürlicher 64

Emotionalität 215

Emotionen 307

Enkodierung 10, 15

Enkulturation 413

entscheidungsorientierter Ansatz

- Kommunikationsbudget 463
- Kommunikationserfolgskontrolle 485
- Kommunikationsstrategie 459
- Kommunikationsziele 453
- Marketing-Kommunikation 446
- operative Planung 479
- Situationsanalyse 448
- Zielgruppenplanung 455

Entscheidungsträger 53, 54

Entscheidungsverhalten 405

Entwicklung

- demographische 45
- historische 45
- wirtschaftliche 45

Ethnozentrismus 423

Evolution 303

Evolutionstheorie 302

Expatriate 418

Explizitheit 98, 153

**F**

Feedback 364

Femininität 188

Fremdartigkeit 69

Fremdheitsgrad 438

Führungsverhalten 239

**G**

Gegebenheiten

- natürliche 55

Gehirnforschung 289

Geschlechtertrennung 26

Gesprächsabschlussphase 404

Gesprächseröffnungsphase 397

Gestik 108

Glaube 48

Gleichheit der Geschlechter 255

GLOBE-Studie 239

- Führungsdimensionen 263

- Führungsverhalten 263

- Kultur-Cluster 246

- Kulturdimensionen 247

- Praktiken 242

- Werte 243

- zentrale Erkenntnisse 273

Großhirn 289

Grundwert 47

Guanxi 225

**H**

Handeln

- soziales 72

Harvard-Konzept 410

Hauptsprache 72

Herkunft 227

Humanorientierung 261

Hypothalamus 305, 309

**I**

Implizitheit 98, 151

Indirektheit 95, 151

Individualismus 177, 217

Informationsarten 11

In-Gruppe 179

Inhaltsebene 351

Institution 48

Interaktion 12

Interaktionspartner

- externer 53

- interner 53

interinstrumentelle Allokation 465

interkulturelle Distanz 437

Interkulturelle Kommunikations-  
psychologie 335

interkulturelle Kompetenz 423

Interkulturelle Marketing-Kommuni-  
kation 444

Intermediaselektion 465

Intonation 123

Intramediaselektion 465

Islam 26, 57, 59

**K**

Kategorie

- sprachliche 74

kollektive mentale Programmierung  
42

Kollektivismus 178, 217

- Gruppen- 254
- Institutioneller 253

Kommunikation

- Absichten 351, 354
  - Bezüge 351, 354
  - dynamische körperliche 105
  - Effekt der 23
  - Ganzheitlichkeit 102, 127
  - Gemeinsamkeiten 3
  - Interkulturelle 67, 71
  - Internationale 67
  - interpersonale 71
  - Kongruenz 103
  - kontextabhängige 150
  - kontextunabhängige 153
  - körperliche 105
  - Mund-zu-Mund- 71
  - nonverbale 72, 100, 328
  - parasprachliche 122
  - persönliche 71
  - relationale körperliche 114
  - statische körperliche 118
  - technische 8
  - verbale 72
  - vokale 122
  - zeitliche Elemente 122
  - Zielsetzung der 22
- Kommunikationsbegriff 3
- eng gefaßter 4
  - weit gefaßter 4
- Kommunikationsbotschaft 479
- Kommunikationsbudget 463
- Kommunikationselemente
- nonvokale 105
  - parasprachliche 100
  - vokale 100
- Kommunikationserfolgskontrolle
- Kommunikationsziele 485
  - Wirkungen 485
- Kommunikationsmittel 466, 479
- Kommunikations-Mix 444
- Kommunikationsmodell 5
- nach Herrmann 14
  - nach Lasswell 5
  - nachrichtentechnisches 7
  - nach Schramm 12
  - nach Shannon und Weaver 7

Kommunikationspolitik 446

kommunikationspolitische Ergebnisse 460

kommunikationspolitische Prozesse 460

Kommunikationsprozess 3, 5

Kommunikationspsychologie

- Modell vom Inneren Team nach Schulz von Thun 371
- Riemann-Thomann-Modell 382
- Teufelskreis-Modell nach Schulz von Thun 387
- vier Seiten einer Nachricht nach Schulz von Thun 354, 406
- Wertequadrat nach Schulz von Thun 339

Kommunikationsstrategie 459

Kommunikationsträger 479

Kommunikationsziele 453

- affektiv-orientierte 455
- kognitiv-orientierte 454
- konativ-orientierte 455
- ökonomische 453
- psychologische 453

Konnotation 9

Kontext 149

Konvention 48, 69

Konvergenzthese 441

Körperberührungen 113

Körperbewegung 110

Körperentfernung 116

Körperhaltung 110, 111

Körperorientierung 118

Körpersprache

- Ganzheitlichkeit 102

Kultur 34

- Abgrenzung von 34
- Berufskultur 38
- Charakteristika 77
- Corporate Culture 37
- ethnische 39
- Image 77
- kontextgebundene 150
- kontextungebundene 153
- Landeskultur 35
- Lebensbereiche 219
- lokale 41
- monochrome 157
- Nationale Kultur 35

- Organisationskultur 36
  - polychrone 158
  - regionale 41
  - Schichten 46, 47, 52
  - sequentiell-orientierte 234
  - soziale 41
  - Subkultur 39
  - synchron-orientierte 234
  - Unternehmenskultur 37
  - weit gefaßte 63
  - Kulturbegriff
    - behavioristischer 28
    - Definition 28
    - der kognitiven Anthropologie 29
    - funktionaler 29
    - nach Hofstede 42
    - normativer 28
    - symbolischer 31
    - verschiedene Ebenen 33
  - Kulturdimensionen nach Hall
    - Informationsgeschwindigkeit 166
    - Kontextorientierung 149
    - Raumorientierung 165
    - Zeitorientierung 156
  - Kulturdimensionen nach Hofstede
    - Individualismus vs. Kollektivismus 177
    - Langfrist- vs. Kurzfrist-Orientierung 198
    - Machtdistanz 169
    - Maskulinität vs. Femininität 187
    - Unsicherheitsvermeidung 193
  - Kulturdimensionen nach House 247
    - Bestimmtheit 256
    - Gleichheit der Geschlechter 255
    - Gruppen-Kollektivismus 254
    - Humanorientierung 261
    - Institutioneller Kollektivismus 253
    - Leistungsorientierung 260
    - Machtdistanz 252
    - Unsicherheitsvermeidung 250
    - Zukunftsorientierung 259
  - Kulturdimensionen nach Kluckhohn und Strodtbeck
    - Aktivitätsorientierung des Menschen 146
    - Beziehung des Menschen zu anderen Menschen 143
    - Beziehung des Menschen zur Natur 142
    - Wesen der menschlichen Natur 141
    - Zeitorientierung des Menschen 145
  - Kulturdimensionen nach Trompenaars
    - Individualismus vs. Kollektivismus 217
    - Leistung vs. Herkunft 227
    - Neutralität vs. Emotionalität 215
    - Spezifität vs. Diffusheit 219
    - Umgang mit / Stellenwert der äußeren Umwelt 231
    - Umgang mit / Stellenwert der Zeit 234
    - Universalismus vs. Partikularismus 212
  - Kulturdistanz 437
  - kulturelle Neurowissenschaft 285
  - Kulturmodell
    - nach Dülfer 52
    - nach Spencer-Oatey 47
  - Kulturschock 414
  - Kultursimulationsspiel 430
  - kulturvergleichende Studie
    - nach Hall 149
    - nach Hofstede 168
    - nach House 239
    - nach Kluckhohn und Strodtbeck 139
    - nach Trompenaars 210
  - kulturvergleichende Studien 139
  - Kurzfrist-Orientierung 198
- L**
- Langfrist-Orientierung 198
  - Lasswell-Formel 6
  - Lautstärke 124
  - Lebenstempo 161
  - Leistung 227
  - Leistungsorientierung 260
  - Life-Style-Typologien 456
  - limbische Instruktionen 300, 306
    - Balance 300, 310
    - Dominanz 300, 311
    - Stimulanz 300, 312
  - limbisches System 296
  - Lingua franca 18

## M

- Machtdistanz 169, 252
- Manager 53, 54
- Mandelkern 307, 308, 309
- Maskulinität 187
- Massenkommunikation 444
- Mediation 431
- Mediawerbung 467
  - nonverbale Kommunikationsanteile 470
  - Tonalität 467
  - verbale Kommunikationsanteile 468
- Medium 6
  - primäres 6
  - sekundäres 7
  - tertiäres 7
- menschliches Verhalten
  - biologisches Programm 307
  - Emotionen und Gefühle 286
  - Kommunikation 328
  - kultureller Einfluss 321
  - kulturspezifische Prägung 325
  - limbisches System 296
  - Steuerung 287
  - unbewusste Ausrichtung 286, 306
  - Vernunftorientierung 286
- Messe 478
- Metakommunikation 357
- Mimik 106
- Modalitäten 480
  - Gestaltungsfaktoren 481
  - Kombination 480
- Monochronität 157
- Multikanal-System 101
- Muttersprache 68

## N

- naive Integration 419
- Nation 34
- natürliche Gegebenheiten 55
- Neokortex 289, 296, 309
- Netzwerk
  - Knotenaktivierung 292
  - semantisches 291
- Neutralität 215
- Normen 25
  - rechtlich-politische 60
- Nutzenargumentation 401

## O

- Objektbereich 74, 75
- Orientierung auf das Gegenüber 99
- Orientierung auf das Ich 99

## P

- Paralinguistik 123
- Partikularismus 212
- Pausengestaltung 125
- Percepta 63, 439
- persönlicher Verkauf 477
- phasenbezogener Ansatz 395
- Polychronität 158
- Product Placement 478
- Produkt 49
- Proxemik 114

## R

- Rauschen 11
- Reakkulturation 418
  - echte Integration 420
  - naive Integration 419
  - Reintegrationsschock 419
- Realitätserkenntnis 57
- Reintegrationsschock 419
- Reizbewertung 308
- Reizwirkungen 307
- Religion 57
- Ritual 25, 49
- Rollentausch 12
- Rückkehrerseminar 419

## S

- Sapir-Whorf-Theorie 73
  - Beispiele 75
- Sekundärkommunikation 444
- Selbstoffenbarung 359
- Semantik 15
- semantische Äquivalenz 18
- Semiotik 16
- Situationsanalyse 448
- soziale Integration 416
- Sozialisation 30, 45
- Spezifität 219
- Sponsoring 477
- Sprache 68, 72, 73
  - Häufigkeit 72
- Sprachenvielfalt 72

- Sprachgemeinschaft 68  
 Sprachgewohnheiten 74  
 sprachliche Routinen 99  
 Sprachunterschiede 69  
 Sprachverarbeitung 289  
 Staatsreligion 26  
 Standardisierung 441  
 Standardisierungsgrad 444  
 Stereotype 77
  - Auto- 85, 86
  - Funktionen 88
  - Hetero- 85, 86
  - Inhalt 84
  - Intensität 81
  - Komplexitätsreduktion 78
  - Massenmedien 80
  - Richtigkeit 82
  - Richtung 80
  - selbsterfüllende Prophezeiung 79
  - sprachliche Mittel 77
  - Wandel 80
 Stimme 126  
 System 48  
 systematisch-kommunikative Präferenzen 94, 99
  - Ad-hoc-Formulierung vs. sprachliche Routine 99
  - Direktheit vs. Indirektheit 95
  - Explizitheit vs. Implizitheit 98
  - Orientierung auf das Ich vs. Orientierung auf das Gegenüber 99
 Systemhaftigkeit
  - kulturelle 69
- T**
- Technologie 57  
 Training 424
  - erfahrungsorientiert 426
  - informationsorientiert 426
  - interkulturelle Kompetenz 425
  - Kommunikationskompetenz 425
  - kulturspezifisch-interaktionsorientiert 429
  - kulturspezifisch 425
  - kulturspezifisch-informativ 428
  - kulturübergreifend 425
  - kulturübergreifend-informativ 426
- kulturübergreifend-interaktionsorientiert 428  
 – Lernziele 433  
 – off-the-job 434  
 – on-the-job 434  
 Transinformation 12
- U**
- Universalismus 212  
 Unsicherheitsvermeidung 193, 250
- V**
- Verhalten 71
  - zwischenmenschliches 72
 Verhaltensweise 49  
 Verhandlung 408  
 Verhandlungsstrategie 408  
 Verkaufsförderung 476  
 Verkaufsgespräch 395
- W**
- Wahhabismus 26  
 Wahrnehmung 92  
 Weltsicht 73  
 Werbung 467  
 Werte 43, 313, 316
  - der Kunden 451
  - Kennzeichen 43
  - Kommunikationsverhalten 43
  - Zielfunktion 43
 Wertevorstellungen 25, 43, 57, 315  
 Willensfreiheit 287  
 Wissen
  - gemeinsames 30
- Z**
- Zeichen 14
  - künstliches 16
  - natürliches 16
 Zeit
  - Stellenwert der 234
  - Umgang mit 234
 Zeitdimension 156  
 Zielgruppenbildung
  - integrale Segmentierung 456
  - intranationale Segmentierung 456
 Zukunftsorientierung 259