

Interkulturelle (Wirtschafts-)Kommunikation: "Fach" oder "Gegenstandsbereich"?; Wissenschaftshistorische Entwicklungen und studienorganisatorische Perspektiven

Bolten, Jürgen

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bolten, J. (2005). Interkulturelle (Wirtschafts-)Kommunikation: "Fach" oder "Gegenstandsbereich"?; Wissenschaftshistorische Entwicklungen und studienorganisatorische Perspektiven. *interculture journal: Online-Zeitschrift für interkulturelle Studien*, 4(11), 1-32. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-453118>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Interkulturelle (Wirtschafts-)Kommunikation: „Fach“ oder „Gegenstandsreich“? Wissenschaftshistorische Entwicklungen und studienorganisatorische Perspektiven

Erscheint in: A. Moosmüller (Hg.), "Interkulturelle Kommunikation. Konturen einer wissenschaftlichen Disziplin". Münster 2005

Jürgen Bolten, Jena

Nahezu jeder, der sich in Forschung und Lehre „hauptberuflich“ mit Fragestellungen interkulturellen Handelns befasst, wird schon einmal mit dem Vorwurf konfrontiert worden sein, dass er sich auf einem wissenschaftlich diffusen, weil nicht klar abgesteckten Feld bewege, dem es an eigenständiger Theoriebildung mangle. Im gleichen Atemzug schwingt dann häufig jener mitleidvoll-gönnerrhafte Ton mit, den man auch gerne in Bezug auf Vagabunden pflegt: „es ist schon eine wichtige Sache, der Sie sich da widmen, aber wo kommen Sie denn ursprünglich her?“. Oder es tritt der Argwohn zutage, man plündere wahllos in fremden Fachgebieten, um anschließend lediglich eklektisch zusammenzuführen, was nicht zusammenpasst. Dass dies weder seriös noch „wissenschaftlich“ sein kann, erscheint naheliegend.

Trost wird aber auch in solchen Situationen dennoch gerne gespendet. Mit Vorliebe verwendet wird dabei das Argument, „Interkulturelle Kommunikation“ sei ein junges Fach, das mit der Zeit sicherlich zu sich selbst finden und an Profil gewinnen werde.

Dies sollte zu denken geben, denn als „profiliert“ wird laut etymologischem Lexikon etwas dann bezeichnet, wenn es im Sinne von it. *profilare* „scharf umrissen“ ist (Kluge 1989, 564). Genau hierin scheint –zumindest im Deutschen– auch die Charakteristik eines „Faches“ begründet zu liegen. Abgeleitet von ahd. *fah* und mhd. *vach* beinhaltet der Begriff „Fach“ die Bedeutung von „abgegrenzter/ abgeteilter Raum“ im Sinne eines Angelkastens, von „Einzäunung“, „Befestigung“ und „Gerüst“. Ein ursprünglicher Verbstamm verweist auf die Bedeutung von „befestigen“, „gefrieren“ im Sinne von gr. *pégnyimi* (Kluge 1967, 179; Kluge 1989, 197).

Mit einem „profilierten Fach“ hat man es also anscheinend dann zu tun, wenn dessen Grenzen aufgrund inhaltlicher und methodischer Kanonbildungen als besonders deutlich ausgeprägt und „befestigt“ erweisen. Erst bei Vorliegen eines solchen Tatbestandes besteht im Deutschen – bis heute – die Möglichkeit, die akademische Würde eines Faches auch morphologisch zu dokumentieren und dies durch die Verleihung von Suffixen wie -logie, oder -ik kenntlich zu machen (vgl. Kluge 1989, 326).

Dass der Anteil von Studien“fächern“, die nicht mit entsprechenden Suffixen oder vergleichbaren Kompositabestandteilen wie –wissenschaft oder -lehre ausgestattet sind, immer noch gegen Null tendiert, lässt sich bei einer Recherche von Studienangebotslisten deutscher Universitäten leicht belegen. Dieser Trend ist anscheinend um so ausgeprägter, je stärker sich Hochschulen der Traditionsverbundenheit ihrer Alma Mater verpflichtet wissen.

Zu einem solchen „Fach“ ohne morphologische Dignität zählt auch Interkulturelle Kommunikation. Aber handelt es sich dann überhaupt um ein Fach im akademischen Sinne? Wäre es nicht wissenschaftspolitisch an der Zeit und gleichzeitig strategisch klug, methodische und inhaltliche Kanonisierungen vorzunehmen und mit der Wahl einer Fachbezeichnung wie „Interkulturelle Kommunikationswissenschaft“ Skeptikern zu verdeutlichen, dass man über ein „eigenes“ Terrain verfügt, und dass Sorgen bezüglich möglicher Grenzverletzungen unbegründet sind?

Oder ist – entgegengesetzt gedacht - eine solche Fächerprofilierung vielleicht schon längst überholt und anachronistisch? Hat die seit dem 19. Jahrhundert immer rasanter verlaufene Ausdifferenzierung der septem artes liberales inzwischen nicht schon so inflationäre Entwicklungen genommen, dass Spezialisten unterschiedlichster Fächer in gleichen Arbeitsfeldern häufig eher koexistieren als kooperieren, gerade weil sie wegen der jeweiligen fachlichen Grenzziehungen und des Lobbyismus kaum Gelegenheit haben, voneinander zu erfahren?¹ Besteht interdisziplinäres Denken in Zeiten der Formulierung von Bachelor- und Masterprogrammen (und nicht –fächern!²), nicht gerade darin, die im Begriff „Fach“ etymologisch festgeschriebenen Abgrenzungen zu überwinden? Sollte man in Anlehnung an die offenere Bedeutung des englischsprachigen Äquivalents für „Fach“, nämlich *subject*: „Fragenkomplex“, „Gegenstand“, „Thema“, nicht besser vom Schnittstellen- oder Gegenstandsbereich „Interkulturelle Kommunikation“ als vom Fach „Interkulturelle Kommunikation“ sprechen?

Die Diskussion um das Für und Wider dieser Positionen wird derzeit gerade vor dem Hintergrund anstehender B.A./ M.A.-Konzeptionalisierungen intensiv und durchaus kontrovers geführt, wobei fraglich ist, ob es überhaupt eine unisono „richtige“ Lösung geben kann. Falls es sie geben sollte, besteht sie sicherlich eher in der Akzeptanz der Vielfalt von Lösungsmöglichkeiten als in einer klaren Verortung innerhalb des Entweder-Oder-Spannungsfeldes von „Fach“ und „Gegenstandsbereich“.

Diese Hypothese ist Gegenstand der nachfolgenden Diskussion, wobei eine Focussierung auf den Bereich der „Interkulturellen Wirtschaftskommunikation“ erfolgt. Am Beispiel einer Skizze der wissenschaftshistorischen Entstehung und Entwicklung der „Interkulturellen Wirtschaftskommunikation“ soll in einem ersten Schritt versucht werden, exemplarisch Kontextbedingungen und Motive zu entflechten, unter denen sich multi- bzw. interdisziplinäre Arbeitsfelder wie eben das der „Interkulturellen Wirtschaftskommunikation“ konstituiert haben. Die Chance auf ein zumindest rudimentäres Gelingen einer solchen Entflechtung ist hier - im Gegensatz zum umfassenderen Bereich der „interkulturellen Kommunikation“- relativ gut, weil sowohl der historische Zeitrahmen, den es zu betrachten gilt als auch der Handlungsbe- reich, um den es geht, überschaubar sind (1). Gelingt es, diese Entwicklung bis zum status quo nachzuzeichnen, lässt sich vermutlich auch einschätzen, inwieweit interdisziplinäre Dia- loge und Synergieeffekte tatsächlich die „Profilierung“ eines eigenständigen „fachlichen“ Rahmens bewirkt haben oder ob es sich eher um ein offenes Schnittstellen- bzw. Querschnitt- fach handelt (2).

Von dieser Einschätzung beeinflusst sind strategische Vorschläge, die abschließend dazu an- regen sollen, Positionen bezüglich der Einbindung von Fragestellungen der interkulturellen (Wirtschafts-)kommunikation in Bachelor- und Masterstudiengängen zu formulieren (3).

¹ Interessanterweise erscheinen solche Peripheriebewohner eines „profilierten“ Faches ihren eigenen Fachkolle- gen häufig suspekt, weil sie „eigentlich“ gar nicht in das Fach hineinpassen. Sie werden geduldet, haben aber z.B. bei Berufungsverfahren relativ geringe Chancen, weil ihnen die Lobby im eigenen Fach fehlt und Vertreter eines anderen Faches, zu dem sie inhaltlich vielleicht besser passen würden, sich im Zweifelsfall immer für Ver- treter des eigenen Faches aussprechen. Fatalerweise ist gerade dies der größte Feind interdisziplinärer Wissen- schaftsorganisation: Wer eine Berufung anstrebt, wird dies nicht über Qualifikationen in peripheren, von der Fachlobby wenig unterstützten Arbeitsbereichen schaffen. Er wird deshalb zumindest „ein Standbein“, wie es heute gerne genannt wird, im Kernbereich des Faches ausbilden, um eine Lobby zu erhalten. Damit ist er aber selbst schon Teil der Lobby - und der Kreislauf beginnt von vorn.

² Eine google-Recherche unter deutschsprachigen Web-Einträgen unterstreicht die Differenz: Während im April 2005 ca. 44.500 Eintragungen zu „Master Programm“ verzeichnet waren, existieren für „Masterfach“ lediglich 17 Belege.

1. Interkulturelle Wirtschaftskommunikation: Sprach- und kommunikationswissenschaftliche Entwicklungslinien

1.1 Die abgebrochene Tradition: Die „wirtschaftssprachlich-nationenwissenschaftliche Forschung“ der zwanziger und dreißiger Jahre als früher Vorläufer der „Interkulturellen Wirtschaftskommunikation“?

Auch wenn der Ausdruck „interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ als Bezeichnung eines eigenständigen Forschungsgebietes zum ersten Mal 1989/ 1990 im Rahmen philologischer Fachsymposien an den Universitäten Bayreuth, Vaasa und Düsseldorf verwendet wurde³, gab es bereits 60 Jahre zuvor inhaltlich durchaus vergleichbare Entwicklungen – und zwar im Rahmen der "wirtschaftssprachlich-nationenwissenschaftlichen Forschung" (Messing 1928, 17). Vor dem Hintergrund der rasch zunehmenden Internationalisierung von Handelsbeziehungen in den zwanziger und frühen dreißiger Jahren wurde seinerzeit deutlich, dass erfolgreiches außenwirtschaftliches Handeln nicht auf Fremdsprachenkenntnissen allein aufbauen konnte, sondern dass hierzu wirtschaftssprachliche, ökonomische und kulturbezogene Kenntnisse sowie "ein Verständnis für die Psyche des Fremden" erforderlich seien (Henke 1989, 16).

Ausgehend von der "Wirtschaftsgermanistik" (Siebenschein 1936) versuchte man sprachwissenschaftliche Sichtweisen um anthropologische und nationenwissenschaftliche Fragestellungen zu erweitern und wirtschaftssprachliche Entwicklungen als Spiegel wirtschaftshistorischen Wandels zu interpretieren (Schirmer 1932). Von Ausnahmefällen wie dem Volkswirtschaftler Levy (vgl. Levy 1931) abgesehen, war seitens der Wirtschaftswissenschaften die Bereitschaft zu fächerübergreifendem Denken allerdings eher gering, was Messing darauf zurückführte, dass "den Führern auf dem Gebiete der jungen Wirtschaftswissenschaften die Erkenntnis von der Einheit der Geisteswissenschaften ermangelt" (Messing 1928, 5).

Es gelang zwar, an einigen Universitäten Lehrstühle für eine "wirtschaftssprachlich-nationenwissenschaftliche Ausbildung" einzurichten und an der Berliner Handelshochschule in der Prüfungsordnung die Forderung zu verankern, "dass in den Fremdsprachen 'nationenwissenschaftlich' geprüft werden müsse" (Messing 1928, 17). Eine umfassende Institutionalisierung eines entsprechend interdisziplinären Forschungsgebietes scheiterte jedoch letztlich an Akzeptanzvorbehalten etablierter wirtschaftswissenschaftlicher Fakultäten.

Vereinzelt waren zwar auch noch in den dreißiger Jahren Arbeiten damit befasst, "spezielle Erscheinungen des Sprachwandels und des Sprachvergleichs mit den Entitäten der Geschichtsentwicklung der materiellen Welt, mit der Produktions-, Waren- und Handelssphäre zu belegen, und in umgekehrter Weise die historischen Gegebenheiten der Wirtschaft durch die sprachlichen Faktoren zu klären oder zu begründen" (Drozd/Seibicke 1973, 68f).

Der Beginn des Nationalsozialismus markierte aber bereits den frühzeitigen Abbruch der Entwicklung eines seinerzeit durchaus denkbaren Forschungsgebietes „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“.

Es erfolgte eine Rückorientierung auf „genuin“ philologische Sichtweisen. Forschungsrichtungen wie die "Wirtschaftsgermanistik" Siebenscheins und die strukturelle funktionale Prager Wirtschaftslinguistik unter Vancura und Krejci beschäftigten sich zwar noch mit stilhistorischen Untersuchungen zum Geschäftsbrief seit dem 14. Jahrhundert (Krejci 1941) bzw. mit etymologisch-historischen Studien zu Begriffen wie "Handel/ Geschäft", "Schuld", "Zins", "Steuer" und "Gewinn" (Siebenschein 1936), waren aber ebenfalls durch zunehmend sprachimmanente Methodenorientierungen charakterisiert.

³ Vgl. Müller 1991, Bolten 1992 und Schröder 1993.

1.2 Terminologielehre und Sprachimmanenz der 50er und 60er Jahre

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde eine der Wirtschaftslinguistik vergleichbare Forschungstradition für einen längeren Zeitraum nicht aufgegriffen. Das Interesse am Gegenstandsbereich "Wirtschaftskommunikation" war bis in die siebziger Jahre hinein ausschließlich linguistisch-sprachimmanent geprägt. Im Vordergrund standen wortgeschichtliche Studien zu einzelnen Wirtschaftssektoren bzw. Branchen, Untersuchungen zu lexikalischen Lehnbeziehungen oder terminologische und syntaktische Analysen wie etwa solche zur fachsprachlichen Normung, zur Sprache der Wirtschaftspolitik, zur Werbesprache, Börsensprache, zur Zeitungssprache und zur Wissenschaftssprache der Wirtschaft⁴. Diese Ansätze konvergierten mit der primär terminologischen und syntaktischen Ausrichtung sowohl der zeitgenössischen Fachsprachenforschung insgesamt als auch mit der seinerzeit dominierenden "Grammatik-Übersetzungsmethode" eines eher literatur- als wirtschaftsbezogenen Fremdsprachenunterrichts.⁵

Sucht man nach Gründen für diese dezidiert hermetisch-sprachimmanente Beschäftigung mit dem Gegenstandsbereich "Wirtschaftssprache", so ist außer entsprechenden grundlegenden Orientierungen der Philologien in den fünfziger und sechziger Jahren sicherlich auch der fehlende Impetus seitens der Wirtschaft zu nennen: Vor dem Hintergrund der nach dem 2. Weltkrieg relativ schnell erlangten Position Deutschlands als „Exportweltmeister“ wurden für den Erfolg internationaler Geschäftsbeziehungen vor allem ‚harte‘ betriebswirtschaftliche Faktoren als entscheidend angesehen. Hierzu zählten bis in die siebziger Jahre hinein eindeutig Fach- und Rechtskenntnisse, persönlichkeitsbezogene Kriterien wie Gesundheit, physische und psychische Belastbarkeit und ggf. noch Kenntnisse in der internationalen Handelskorrespondenz (Pausenberger/Noelle 1977).

1.3 Fachsprachenforschung als „Mutterdisziplin“? Linguistische und fremdsprachendidaktische Annäherungen an den Gegenstandsbereich "Interkulturelle Wirtschaftskommunikation" in den 70er und 80er Jahren

Grundlegend für Entwicklung einer „Interkulturellen Wirtschaftskommunikation“ war sicherlich der Internationalisierungsschub im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts. Eine Impulsgebende Rolle spielten die rasch zunehmenden internationalen Vernetzungsprozesse auf ökonomischem Gebiet sowie eine Vielzahl von technologischen Innovationen in den Bereichen Transport, Verkehr und Medien. Erwähnt seien u.a. der Einsatz von Düsenverkehrsflugzeugen im Passagierverkehr, die Optimierung des Telefonverkehrs durch die Einrichtung geostationärer Satelliten (ab 1965)⁶ oder auch der Aufbau elektronischer Kommunikationsnetze (seit den 70er Jahren). Diese und zahlreiche andere Innovationen führten zu einer einschneidenden Verminderung internationaler Raum-Zeit-Distanzen. Schriftliche Handelskorrespondenz bot dementsprechend immer weniger eine geeignete Plattform, um in angemessener Weise Wirtschaftskommunikation praktizieren zu können, während internationale Telefon- und face-to-face-Kontakte rasch an Bedeutung gewannen.

Vor diesem Hintergrund wandelte sich der Fremdsprachenbedarf sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht (Bildungswerk der bayerischen Wirtschaft 1992) und mit ihm auch das Methodeninventar des Fremdsprachenunterrichts: Aufgrund der zunehmenden Rele-

⁴ vgl. hierzu ausführlich Bolten 1998a und von Hahn 1991.

⁵ Eine spezifisch wirtschaftssprachliche Ausrichtung des Fremdsprachenunterrichts erfolgte in Deutschland allerdings erst an der Wende zu den siebziger Jahren. Vgl. z.B. Bäumchen 1969.

⁶ 1956 wurden die ersten Transatlantikkabel installiert, die bis 1962 80 gleichzeitige Telefonverbindungen zwischen Europa und den USA ermöglichten. 1987 bereits bewältigte allein der Satellit Intelsat 6 ca. 36.000 Verbindungen. Vgl. Forschungsgruppe Telefonkommunikation 1989.

vanz mündlicher gegenüber schriftlicher Sprachkompetenz stand jetzt weniger die Rezeptions- als die Äußerungsfähigkeit im Mittelpunkt von Lernzielformulierungen. Sprachlaborunterricht mittels audiolingualer Methoden bot eine gute Möglichkeit, selbstständig z.B. alltagsrelevante Redewendungen zu lernen und sie korrekt auszusprechen, um z.B. fremdsprachige Telefonkontakte realisieren zu können. Für die Konzeption entsprechender Sprachlaborprogramme wurde allerdings ein lexikalisches Inventar benötigt, das über die Wirtschaftsterminologie hinaus vor allem alltags- und berufssprachliche Elemente umfassen musste (Scholtes-Schmidt 1986, Wagner 1988). Insofern ist es zum Teil der veränderten Bedarfssituation der internationalen Wirtschaftspraxis geschuldet, wenn sich die Wirtschaftssprachenforschung in den sechziger und siebziger Jahren neben der Erarbeitung wissenschaftssprachlicher Corpora mehr und mehr auch der Erforschung berufssprachlicher Lexik zuwandte. Eingebettet in (zum Teil sehr extensive) Diskussionen zum Verhältnis von „Fach-„ und „Gemeinsprache“ sowie unter dem Einfluss pragmlinguistischer Theorien entfernte sich die Fachsprachenforschung in den siebziger Jahren sukzessive von ihrer primär terminologischen Orientierung⁷. Zunächst als "Fachtextlinguistik" und dann als "Fachkommunikationsforschung" (s. Hoffmann 1976; 1988) widmete sie sich neben lexikalisch-syntaktischen Fragestellungen stärker auch der Analyse nicht-linguistischer Aspekte kommunikativer Handlungsprozesse.

Einen Anstoß zu dieser Entwicklung hatte wiederum die Fachsprachenpraxis geboten. So war in den siebziger Jahren die Euphorie in Bezug auf Sprachlaborunterricht relativ schnell in Ernüchterung umgeschlagen, als man vor allem im geschäftlichen Bereich feststellen musste, dass die im Sprachlabor durchgeführten *pattern drills* allenfalls die Äußerungs- nicht aber die (wechselseitig gedachte) Kommunikationsfähigkeit von Lernern verbessern konnten: Man war in der Lage etwas mitzuteilen, hatte aber von der Fremdsprachenausbildung her nicht unbedingt gelernt Verhandlungen oder Diskurse zu führen. Gerade in einem Umfeld größer werdender Konkurrenz und engerer Märkte war es offenkundig, dass Kommunikationsinhalte allein keinen Erfolgsgaranten mehr darstellten konnten, sondern dass es mindestens ebenso wichtig war, Kommunikationsbeziehungen aufzubauen und zu pflegen (Watzlawick 1990, Merten 1977).

Vor dem Hintergrund dieser Praxiserfahrungen und im Verbund mit der gleichzeitig wachsenden Popularität soziolinguistischer Fragestellungen begann man auch in der Fachsprachenforschung, "Kommunikation" nicht mehr als Transmissions-, sondern als Interaktionsbegriff im Sinne der Interdependenz von Inhalts- und Beziehungsaspekt zu verwenden.

So war es auch nur konsequent, wenn sich Hartmut Schröder gegen Ende der achtziger Jahre im Rahmen eines Forschungsprojekts zu deutsch-finnischen Wirtschaftskommunikation dafür aussprach, zum einen „neben den sprachlichen auch die nicht-sprachlichen Vertextungsmittel und das Wechselverhältnis zwischen beiden“ zu thematisieren und darüber hinaus gezielt „Prozesse interkultureller Fachkommunikation“ zu erforschen (Schröder 1993, 524).

In ähnlicher Weise hatte Els Oksaar bereits 1983 in programmatischer Absicht formuliert:

"Es ist <...> nicht ausreichend, jemandem mit einem fremdkulturellen Hintergrund nur das fachspezifische Handeln allein zu vermitteln. Man muss ihn gleichzeitig mit den Fragen interkulturellen Verstehens und anderen Komponenten der interaktionalen Kompetenz vertraut machen, ihm soziales Handeln in neuen soziokulturellen Rahmen vermitteln. Kulturenrealisierungen, u.a. indirekte Ausdrucksweise, soziale Motivation und Implikatur gehören zu diesen Komponenten" (Oksaar 1983, 42).

Die Vermittlungsaufgabe selbst oblag vor allem dem Wirtschaftssprachenunterricht, der ab Mitte der achtziger Jahre insbesondere im Bereich des Wirtschaftsdeutschen, -englischen und

⁷ Die Terminologielehre wurde freilich als Forschungsdisziplin weitergeführt und besitzt für die Übersetzungswissenschaft nach wie vor größte Bedeutung

–französischen auf eine deutlich steigende Nachfrage stieß. In Erweiterung des „kommunikativen“ Fremdsprachenunterrichts um interaktiv-interkulturelle Aspekte etwa mittels wirtschaftsbezogener Planspiele und Fallstudien (Bolten 1993a) versuchte man hier fachkommunikatives als interkulturelles Handeln zu initiieren: In diesem Sinne stand jetzt nicht mehr die Vermittlung verbalsprachlicher Kenntnisse und Fertigkeiten im Vordergrund, sondern die Vermittlung kommunikativer *Handlungskompetenzen*⁸, die für ein erfolgreiches Interagieren auf internationalen Märkten unverzichtbar erschienen. Vor allem unter dem Eindruck der seinerzeit im europäischen Binnenmarkt eingeführten Niederlassungsfreiheit, aber auch angesichts der Transformationsprozesse in Osteuropa war für die Wirtschaftssprachendidaktik relativ unvorbereitet ein Praxisdruck entstanden, in dessen Kontext sie mit bis dato weitgehend unberücksichtigten Anforderungen interkulturellen *Handelns* konfrontiert wurde. Die Auseinandersetzung mit dieser neuen Situation trug ihrerseits letztlich wiederum zu einer Forcierung der Forschungsbemühungen im Bereich der „interkulturellen Fachtextpragmatik“ bei (Schröder 1993, Clyne 1993).

Bezogen auf Inhalte und Themen des Fremdsprachenunterrichts wurde „Wirtschaft“ in diesem Zusammenhang nicht mehr als "Fach", sondern als "Praxisfeld" diskutiert (Picht 1987; 1989), und der kurze Zeit vorher noch eher wissenschaftssprachlich orientierte Fachsprachenbegriff hatte jetzt eine Erweiterung um berufssprachliche Aspekte erfahren (Bolten 1991, 1992, Höhne 1992, Hundt 1995).

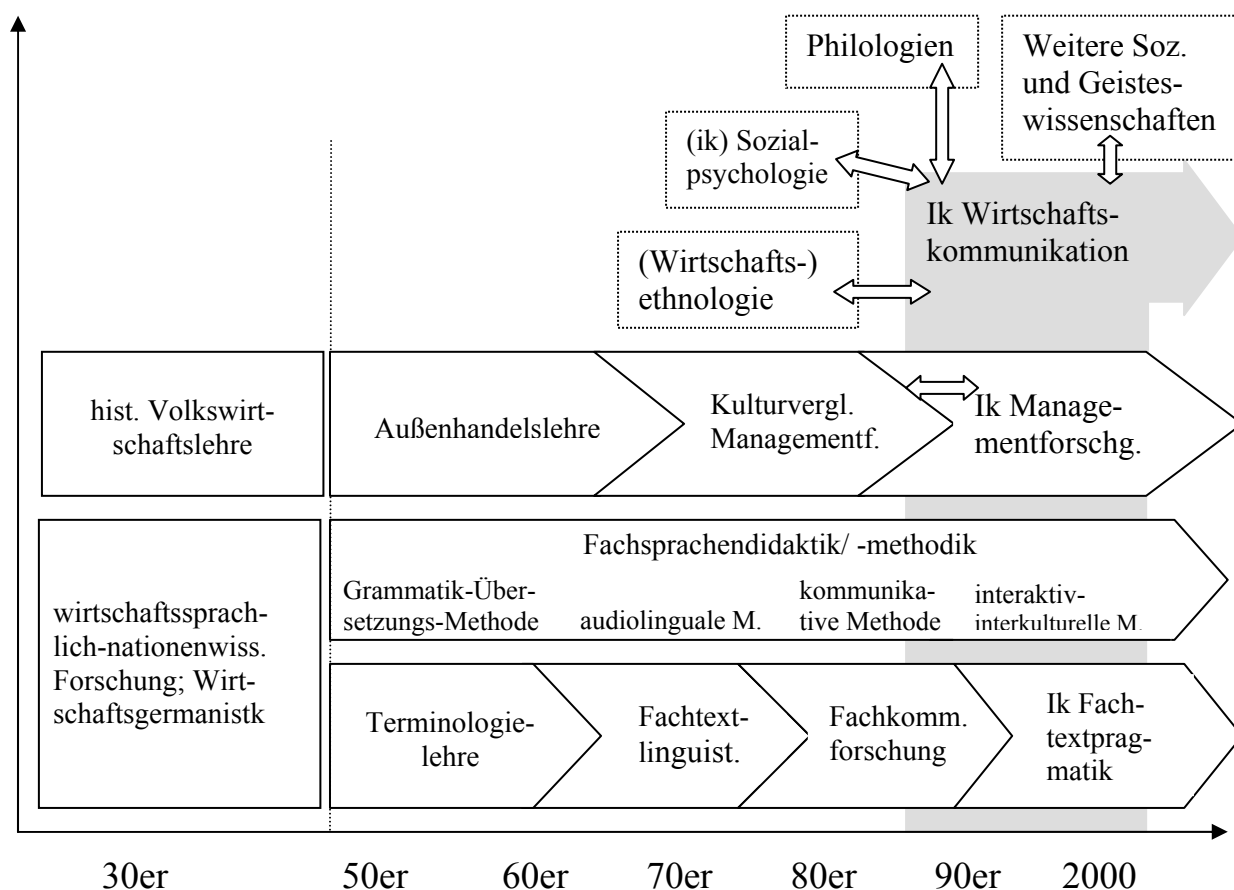
Kulturvergleichende Untersuchungen zum Gegenstandsbereich „Wirtschaftsdeutsch“ (vgl. u.a. Opitz 1983, Beneke/ Nothnagel 1991, Reuter u.a. 1991, Müller 1991, Bolten 1993a, Keim 1994) lenkten darüber hinaus den Blick z.B. über die Frage nach den historischen Kontexten der Kulturspezifik von Textsortenmerkmalen oder von Interaktionsweisen letztlich auf ein kommunikatives Gesamtsystem, das in einem linguistischen Corpus nicht mehr erfassbar war. Oder wie Schröder seinerzeit programmatisch formulierte: „Diese Problematik in ihrer vielschichtigen Komplexität zu erforschen, wird eine der zukünftigen Hauptaufgaben der sich entwickelnden interkulturellen Fachkommunikationsforschung sein“ (Schröder 1993, 545).

Die Bezeichnung für das neue wirtschaftsbezogene Forschungsgebiet wurde etwa zur gleichen Zeit aus der Taufe gehoben: 1991 erschien von Bernd-Dietrich Müller ein Sammelband mit Aufsätzen zu „kulturbezogenen Perspektiven des Lernziels Wirtschaftskommunikation“ und zu „interkulturellen Aspekten von Texten“. Sein Titel lautete „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ (Müller 1991) und war von da an Programm für zahlreiche, zunächst multi-, dann interdisziplinäre Forschungs- und Lehrinitiativen, deren erste Institutionalisierung an einer Hochschule bereits 1992 mit der Gründung des Faches „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Jena gelang⁹ (vgl. Bolten 1997).

Anhand einer freilich eher groben graphischen Strukturierung wird der Querschnitts- oder Schnittstellencharakter der Interkulturellen Wirtschaftskommunikation bereits zum Zeitpunkt ihrer ersten Institutionalisierung deutlich. Die nachfolgenden Entwicklungen bestätigen diesen Befund:

⁸ Die Wende zur Handlungsorientierung war durchaus auch beeinflusst von der zu dieser Zeit geführten Diskussion um Habermas' Konzeption des „kommunikativen Handelns“ (Habermas 1981)

⁹ Bezeichnend für die Problematik interdisziplinären Lehrens und Forschens ist die Tatsache, dass das Jenaer Fachgebiet Interkulturelle Wirtschaftskommunikation 1995 wieder aus der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät ausgegliedert und der Philosophischen Fakultät überantwortet wurde, als ein Bewerber mit kommunikations- und kulturwissenschaftlichem Werdegang auf die ausgeschriebene Professur berufen wurde.



2. Multi- und interdisziplinäre Entwicklungen der „Interkulturellen Wirtschaftskommunikation“ zum Schnittstellenfach

Weiterentwicklungen der interkulturellen Wirtschaftskommunikationsforschung ab dem Institutionalisierungsjahr 1992 erfolgten zunächst vor allem innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen „Mutterdisziplinen“ (2.1). Darüber hinaus begannen aber auch Disziplinen wie beispielsweise Psychologie, Ethnologie, Geographie, Medienwissenschaften oder Theologie (2.2) und insbesondere die Wirtschaftswissenschaften (2.3) den Gegenstandsbereich für sich zu entdecken.

Teilweise wurden dabei in den einzelnen Disziplinen sehr ähnliche Fragestellungen – aus sehr unterschiedlichen Perspektiven - diskutiert. Erst in jüngster Zeit werden die in diesem Prozess gesetzten Schnittstellen zu anderen Disziplinen bewusster wahrgenommen. Da multidisziplinäre Untersuchungen immer noch gegenüber interdisziplinären Auseinandersetzungen dominieren, scheint es umso wichtiger, Transparenz zu schaffen und entsprechende Schnittstellen für mögliche interdisziplinäre Kooperationen zu benennen.

2.1 Kommunikationswissenschaftliche Weiterentwicklungen seit dem Beginn der neunziger Jahre

Aus der Sicht der kommunikationswissenschaftlichen „Mutterdisziplinen“ lassen sich seit Beginn der 90er Jahre im Bereich der interkulturellen Wirtschaftskommunikationsforschung im Wesentlichen drei Orientierungen unterscheiden: Eine in engerem linguistischem Verständnis verbalsprachlich ausgerichtete Richtung (2.2.1), eine diskursanalytische (2.2.2), und

eine dritte, die sich Fragestellungen wirtschaftsbezogenen kommunikativen Handelns i.w.S. widmet, damit aber bereits den genuin kommunikationswissenschaftlichen Bereich teilweise verlässt.(2.2.3).

2.1.1 Wirtschaftsbezogene Fachsprachenforschung

Die wirtschaftsbezogene Fachsprachenforschung hat seit den Diskussionen um die Notwendigkeit der Erweiterung des Kommunikationsbegriffs nicht mehr in dem Maße Interesse auf sich ziehen können, wie es noch in den siebziger und achtziger Jahren der Fall war. Ein Grund hierfür liegt darin, dass linguistisch-verbalsprachliche Untersuchungen von Wirtschaftssprachen einschließlich der Terminologieforschung über den übersetzungswissenschaftlichen Bereich hinaus gegenwärtig nicht sehr stark nachgefragt sind. Vor allem der Wirtschaftsfremdsprachenunterricht ist als Zielbereich weitgehend weggebrochen: er baut heute weniger auf Terminologie- oder „Fachwort“-Corpora auf und befindet sich – wie beispielsweise das Wirtschaftsdeutsche – von wenigen Ländern abgesehen zudem in einer stagnierenden Phase.

Dennoch sind auch in jüngerer Zeit mehrere Arbeiten erschienen, die aus unterschiedlichen Perspektiven verbalsprachliche Aspekte der Wirtschaftskommunikation thematisieren. Hierzu zählen eher formallinguistische Arbeiten (u.a. Ohnacker 1992, Horst 1998, Ehrhardt/Horst 2000, Brüner 2000, Krämer 2002, Naumann 2003), fremdsprachendidaktische Untersuchungen, die den Einsatz des Wirtschaftsdeutschen in entsprechend noch boomenden Regionen thematisieren (Zhao 2002) oder auch vergleichende Untersuchungen zu Wirtschaftssprachen (z.B. Zhu 1996, Ehnert 2000, Nordman 2002, Nováková. 2002). Da sich die Arbeiten vielfach auf Beschreibungen bestimmter Einzelsprachen oder auf die Herausarbeitung von Unterschieden in der Struktur verschiedener Sprachen konzentrieren, erheben sie nicht den Anspruch, Prozesse in der *interkulturellen* Wirtschaftskommunikation zu untersuchen. Sie beziehen sich zumeist auf schriftliche Textsorten der internationalen Unternehmenspraxis und bieten beispielsweise sprach- als kulturvergleichende Analysen (u.a. Schmidt 2002a, Janich 2002, Nielsen 2003, Jia/ Tan 2005)

2.1.2 Interkulturelle Diskursanalyse

Diskursanalytische Untersuchungen beziehen sich überwiegend auf mündliche Wirtschaftskommunikation. Sie gehen von *interkulturellen* Missverständnissituationen oder von diagnostizierten Kommunikations- bzw. Handlungsstörungen in interkulturellen Teams aus und versuchen sprachlich verankerte Ursachen für festgestellte Dysfunktionalitäten zu ermitteln.

Indem sie Aussagen über das Kommunikationsverhalten *bestimmter* Personen in *bestimmten* Kontexten ermöglichen, sind sie mikroanalytisch-synchron ausgerichtet. Versuche, aus diesen Mikroweltanalysen allgemein gültige Hypothesen über die Kulturspezifik von Sprecherverhalten abzuleiten haben sich schon aus quantitativen Gründen als äußerst problematisch erwiesen. Die Datenerhebung erfolgt mittels Transkriptionen konkreter interkultureller Kommunikationssituationen, so dass die Erstellung bereits eines kleineren Corpus äußerst zeitaufwändig ist. Die bislang vorhandenen Corpora sind daher auch zu klein, um von spezifischen Merkmalen interkultureller Interaktionsprozesse z.B. zwischen einigen deutschen und einigen chinesischen Manager auf ein „generelles“ Interaktionsverhalten zwischen deutschen und chinesischen Geschäftsleuten schließen zu können.

Neuere Arbeiten zur Diskursanalyse (u.a. Keller 1997, Pothmann 1997, Brüner./Fiehler 1998, Holzheuer 1999, Müller-Jacquier 2000, Müller-Jacquier/ ten Thije 2000, Brüner 2000, 2001) intendieren derartige Generalisierungen in der Regel allerdings auch nicht. Gerade weil sie über methodische Instrumente für die Analyse interkultureller Mikroanalysen verfügen und diese beständig weiter entwickeln, sind sie beispielsweise für die Durchführung interkultureller Kleingruppencoachings und Mediationsprojekte unverzichtbar geworden.

Die Ergebnisse und Erkenntnisse der Analysen werden darüber hinaus auch als Vorlagen für die Produktion semiauthentischer interkultureller Trainingsfilme verwendet und finden auf diese Weise Eingang in die interkulturelle Trainingspraxis¹⁰.

Wo diskursanalytische Untersuchungen mit einem weitem Kommunikationsbegriff arbeiten und neben verbalen auch para-, non- und extraverbale Aspekte interkultureller (Wirtschafts-)Kommunikation untersuchen, thematisieren sie automatisch *Verhaltensaspekte* und öffnen damit eine Schnittstelle zu sozialpsychologischen Fragestellungen. Umgekehrt weist die in der Sozialpsychologie entwickelte Culture-Assimilator-Methode eine deutliche Schnittstelle zur interkulturellen Diskursanalyse auf (Thomas 1996, 2003).

Corpora interkultureller Missverständnissituationen bilden den gemeinsamen Nenner beider Disziplinen, so dass sich „interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ hier in paradigmatischer Form als gemeinsamer, multi- bzw. interdisziplinär zu behandelnder Gegenstandsbereich – oder institutionell betrachtet: als Schnittstellenfach erweist.

2.1.3 Interkulturelle Fachkommunikationsforschung

Deutlicher als die wirtschaftsbezogene Fachsprachenforschung und die interkulturelle Diskursanalyse geht die interkulturelle Fachkommunikationsforschung über synchron-deskriptive Analysen interkultureller Wirtschaftskommunikation hinaus. Sie erfasst zwar auch in deskriptiver Weise das *Wie*, die Spezifik der Kommunikationsprozesse, fragt darüber hinaus aber mit Hilfe kulturhistorisch-erklärender Ansätze auch dezidiert nach dem *Warum* kultureller oder interkulturellen Handlungsspezifika. Eine solche „Einbeziehung der außersprachlichen Faktoren der Fachkommunikation“ (Schröder 1993, XI) führt folgerichtig zu einer Schnittstellenbildung zwischen Kommunikations- und Kulturwissenschaft:

„Zur Verhinderung tiefgreifender Störungen im inter- und intrakulturellen Wissenstransfer sowie im internationalen Handel benötigen wir (die Grenzen der Textlinguistik überschreitende) detaillierte Kenntnisse über die verschiedenen *Kulturwertsysteme*, die jedem fachlichen Handeln zu Grunde liegen, über *intellektuelle Stile* (im Sinne von Galtung), über kultur- und paradigmengedingte Argumentations- und Diskurskonventionen, über *ationale Verhandlungsstile* sowie über das Verhältnis von *Mündlichkeit und Schriftlichkeit* in verschiedenen Kulturen (Schröder 1993, X).“

Auch wenn die im ersten Drittel der neunziger Jahre als Forschungsbezeichnungen eingeführten Begriffe „Fachtextpragmatik“, „interaktive interkulturelle Pragmatik“ oder „interaktive interkulturelle Textlinguistik“ Clyne (1993) eine primär linguistische Vorgehensweise bei der Erforschung interkultureller Wirtschaftskommunikation nahe legen, zeigte die Forschungspraxis, dass gerade die reklamierten „Kenntnisse über die verschiedenen Kulturwertsysteme“ relativ schnell zu einem Überschreiten des kommunikationswissenschaftlichen Methodeninventars führen mussten. Sie sind trans- oder interdisziplinär orientiert, aber immer noch primär in einer kommunikationswissenschaftlichen „Mutter“disziplin verankert.

Zu dieser Gruppe zählen Untersuchungen zur „Werbekommunikationsgeschichte als Zeitgeschichte“ (Bolten 1996, Kirchmeyer 2000, Jia 2002) ebenso wie etwa Analysen des Zusammenhangs von Wirtschafts- und Kommunikationsgeschichte (u.a. Bolten 1998a) oder Arbeiten, die sich aus kulturvergleichender oder kulturhistorischer Perspektive Aspekten der kommunikativen Stilforschung widmen (Clyne 1997, Bolten/ Dathe/ Kirchmeyer u.a. 1996, Bolten 2000c, Montiel 2002, Peña / Philipp 2003).

Insbesondere die Stilforschung stößt seit der zweiten Hälfte der neunziger Jahre auch in anderen Disziplinen und hier vor allem den Wirtschaftswissenschaften auf ausgeprägtes Forschungsinteresse. Es bildeten sich Schnittstellen heraus zwischen (a) der wirtschaftsbezogenen Kommunikationsforschung, (b) der managementbezogenen Lernstilforschung (Barmeyer 2000a, 2001) und (c) der systematischen und historischen Wirtschaftsstilforschung (Ammon

¹⁰ Vgl. die Angebote unter www.culturecomm.de/main.html

1994, Schefold 1995, Ackermann 1996, Kaufhold 1996, Ammon/ Knoblauch 2001). Dort, wo sich die in den Wirtschaftswissenschaften verankerte Wirtschaftsstilforschung ihrem Gegenstandsbereich methodisch über die Analyse von „Schlüsselbegriffen“ nähert (Ammon 1994, 2001), bieten sich folgerichtig besonders intensive interdisziplinäre Kooperationen mit kommunikationswissenschaftlichen Forschungsorientierungen an.¹¹

Eine weitere Schnittstellenbildung zu nicht-kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit dem Gegenstandsbereich "Interkulturelle Wirtschaftskommunikation" wurde durch Schwerpunktverlagerungen in der internationalen Personalentwicklung forciert: Aufgrund des zunehmenden Zeitdrucks, unter dem internationale Kooperationen und Merger geschlossen werden, aber auch angesichts der Tatsache, dass internationale sprachliche Handlungsfähigkeit bei der Personalauswahl des Führungsnachwuchses inzwischen als selbstverständlich vorausgesetzt wird, fordern und fördern Unternehmen heute weniger klassische Wirtschaftssprachkurse als vielmehr solche Lösungen, die wirtschaftsbezogene Fremdsprachenfortbildung, wirtschaftskulturelle Wissensvermittlung und interkulturellen Kompetenzerwerb weitgehend integrieren (Kramer/ Weiss 1992, Bolten 1994, Knapp 1995, Warthun 1997, Kelz 2001).

Für Kommunikationstrainer und Kommunikationsdidaktiker impliziert dies die Notwendigkeit, den konventionellen Wirtschaftsfremdsprachenunterricht um wirtschaftsbezogene „Area Studies“ sowie um interkulturelle Komponenten zu erweitern. Da sie überdies noch über fundierte wirtschaftswissenschaftliche Grundkenntnisse verfügen müssen, um bei ihren Zielgruppen überhaupt auf Glaubwürdigkeit stoßen¹² zu können, ergibt sich gerade in diesem Transferbereich interkultureller Kommunikationsforschung ein Anforderungsniveau, das in erheblichem Maße durch die Bereitschaft zu multi- und interdisziplinärem Arbeiten charakterisiert ist. Abhängig von den wissenschaftlichen Kenntnissen und Interessen des jeweiligen Forschers, seiner Aufgeschlossenheit gegenüber interdisziplinärem Arbeiten und ggf. den Anreizen, die der Gegenstandsbereich für die Entwicklung der eigenen Lebensplanung bietet¹³, wird er sich bis zu einem bestimmten Grad in andere Disziplinen vertiefen. Je intensiver er dies leistet, desto größer ist die Chance, Dialog- oder besser: „Lern“partner zu finden, Synergien zu entwickeln und unterschiedliche disziplinäre Zugriffe miteinander zu vernetzen.

Wo diesen Anforderungen nicht ernsthaft Rechnung getragen wird, resultiert Trivialität sowohl in der Theorie als auch in der Praxis. Hiervor ist des öfteren gewarnt worden; allerdings ist die Bandbreite der Trivialliteratur zum Gegenstandsbereich Bereich „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ trotzdem relativ groß (vgl. Apfelthaler 1998) – vor allem dort, wo mit kulturellen Rezeptmodellen gearbeitet wird. In Personalabteilungen hat dies lange Zeit grundsätzliche Vorbehalte gegenüber der Durchführung interkultureller Personalentwicklungsmaßnahmen durch Kommunikationswissenschaftler hervorgerufen (Niedermeyer 2001).

¹¹ G.Ammon war von 1999-2005 von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg beurlaubt worden, um eine Vertretungsprofessur für Interkulturelle Wirtschaftskommunikation an der Philosophischen Fakultät der Universität Jena wahrzunehmen.

¹² Einen Eindruck von dem breitgefächerten und multidisziplinären Anforderungsniveau, das den Bereich der Wirtschaftsfremdsprachendidaktik prägt, vermitteln Portale wie www.wirtschaftsdeutsch.de.

¹³ Diesem Aspekt wird in wissenschaftshistorischen Darstellungen viel zu geringe Aufmerksamkeit geschenkt, obwohl er für die Entstehung gerade interdisziplinärer Arbeitsgebiete entscheidend ist. Es wäre interessant, einmal zu untersuchen, inwieweit sich interdisziplinäre Ansätze, wie sie in allen Bereichen der interkulturellen Kommunikations- und Handlungsforschung notwendigerweise praktiziert werden, im wesentlichen der Tatsache verdanken, dass ihre Protagonisten Lücken ausfindig gemacht haben, in denen sie ihr eigenes, durch Zeitverträge oder durch Stellenengpässe im „grundständigen“ Fach befristetes Wissenschaftlerdasein, doch noch erfolgreich weiterführen konnten.

Eine große Schwierigkeit für Kommunikationswissenschaftler, die sich mit dem Gegenstandsbereich „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ befassen, besteht gegenwärtig sicherlich darin, den beschriebenen multi- und interdisziplinären Anforderungen gerecht zu werden, ohne sich dabei in Oberflächlichkeiten zu erschöpfen. Umgekehrt ist aber aus der Sicht von Einzelpersonen der Anspruch eines multidisziplinären Perfektionismus auch nicht realistisch und umso weniger einlösbar, je größer die disziplinäre Vernetzung des Gegenstandsbereichs wird. Vor diesem Hintergrund ist es zweifellos sinnvoll, wenn zunächst die Schnittstellen im eigenen Forschungsbereich genutzt werden, um aus der Kommunikationswissenschaft heraus z.B. diskursanalytische Coachingbausteine zu entwickeln, diese in Trainingsfilmen umzusetzen oder kulturhistorisch orientierte Trainingseinheiten zu konzipieren, die auf den Erkenntnissen einer sich als „Kulturwissenschaft“ verstehenden Kommunikationswissenschaft (Karmasin/ Winter 2003) aufbauen und z.B. zielkulturelle Spezifika über solche des kommunikativen Stils erschließen. Offenkundig ist in jedem Fall, dass dort, wo die Perspektive auf interkulturelle Managementtrainings gerichtet ist, die Grenzen zur z.B. Wirtschaftswissenschaft und zur Sozialpsychologie fließend sind.

2.2. „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ als Gegenstandsbereich sozial- und kulturwissenschaftlicher Fachrichtungen

Die disziplinäre Vielfalt der Beschäftigung mit Fragestellungen interkulturellen wirtschaftlichen Handelns hat seit den neunziger Jahren deutlich zugenommen. Zahlreiche Fachdisziplinen außerhalb der Kommunikationswissenschaft haben „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ inzwischen aus unterschiedlichsten Gründen und Interessen¹⁴ als vielversprechenden Gegenstandsbereich entdeckt und ihrerseits Schnittstellen gebildet, die über das ursprünglich kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisinteresse weit hinaus gehen. Hierzu zählen Disziplinen, die sich bereits zuvor eher berufsgruppenunspezifisch mit Fragestellungen Interkultureller Kommunikation befasst hatten. Hierzu zählen vor allem die in der interkulturellen Trainingsforschung sehr aktive Sozialpsychologie (Thomas 1988, 1992) sowie kulturwissenschaftliche Fächer wie Ethnologie (Moosmüller 2002, 2004), Volkskunde (Roth/ Roth 2001, Roth 2004), Wirtschaftsethnologie (Rössler 1999) und Kulturanthropologie. Aber auch in vielen anderen Fällen werden ausgehend von einer jeweiligen „Mutterdisziplin“ wie etwa der Theologie (z.B. Udeani 2002), der Soziologie, der Philosophie oder auch der Politikwissenschaft eigenständige Studienangebote zur Interkulturellen Wirtschaftskommunikation bzw. zum interkulturellen wirtschaftsbezogenen Handeln offeriert¹⁵. Da deren inhaltliches und methodisches Spektrum freilich genauso divers ist wie die wissenschaftshistorischen Entwicklungen, denen sie sich jeweils verdanken, würde es den Rahmen einer einführenden Darstellung sprengen, wollte man die verschiedenen Perspektiven, Interessen und Resultate im einzelnen nachzeichnen.

2.3. „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ als Gegenstandsbereich der Wirtschaftswissenschaften

Eingehender dargestellt werden sollen hingegen Entwicklungen, die innerhalb der Wirtschaftswissenschaften zu einer Annäherung an den Gegenstandsbereich „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ führen.

¹⁴ Auch wenn es nicht gerne zugegeben wird, führt die vielerorts durch Nachfragemangel und/ oder (bevorstehende) Fächerkürzungen charakterisierte hochschulpolitische Situation dazu, dass „klassische“ Fächer wie Theologie, Rechtswissenschaft, Philosophie oder auch zahlreiche Philologien ihren Attraktivitätsgrad durch die Einbeziehung interkultureller Fragestellungen zu erhöhen suchen.

¹⁵ Übersichten zu den aktuellen Studienangeboten in interkultureller Wirtschaftskommunikation an Hochschulen finden sich unter www.interkulturelles-portal.de und unter www.ikk.lmu.de/

schaftskommunikation“ geführt haben, weil es nahe liegt, diesen Bereich in enger Verknüpfung mit Interessen ökonomischer Internationalisierungsprozesse zu sehen.

2.3.1 Vom kulturvergleichenden zum interkulturellen Management

Nach der beschriebenen „abgebrochenen“ Perspektive der nationenwissenschaftlichen Forschungen des Volkswirtschaftlers Levy entwickelten sich in Deutschland erst relativ spät nach dem 2. Weltkrieg aus der Außenhandelslehre heraus wieder Ansätze einer "kulturvergleichenden Managementforschung"¹⁶. Beeinflusst durch die angelsächsische Tradition der "International" bzw. der "Cross Cultural Management Studies" (u.a. Adler 1980, Ouchi 1981, Pascale/Athos 1981), begann man sich erst im Umkreis der 1982 vom Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre durchgeführten Tagung "Internationalisierung der Unternehmung als Problem der Betriebswirtschaftslehre" (vgl. Lück/ Trommsdorff 1982) wieder intensiver mit "weichen" Faktoren der internationalen Unternehmenstätigkeit auseinander zu setzen (Dülfer 1983, Pausenberger 1983).

Aufbauend auf Hofstedes aufwändiger IBM-Studie „Culture's Consequences“ (Hofstede 1980)¹⁷ erschienen unter Einbeziehung soziologischer und (organisations-) psychologischer Fragestellungen nachfolgend zahlreiche Arbeiten sowohl zum kulturvergleichenden Management in bestimmten Ländern (u.a. Keller 1982, Bleicher 1983, Hentze 1987) als auch allgemein zum „Internationalen Management“ (z.B. Dülfer 1991, Perlitz 1993, Sell 1994).

Zu Beginn der neunziger Jahre war der Bedarf an internationalem Managementwissen aufgrund der rasch komplexer werdenden ökonomischen Globalisierung generell stark angewachsen. Neben der Quantität der erforderlichen Wissens änderte sich auch die geforderte Qualität: Vor dem Hintergrund der Erfahrungen, die im Wirtschaftsalltag seinerzeit mit der einsetzenden EU-Niederlassungsfreiheit oder auch mit der Erschließung osteuropäischer Märkte gesammelt wurden, war evident, dass volkswirtschaftliches oder wirtschaftsgeographisches Faktenwissen für einen erfolgreichen Markteintritt ebenso wenig einen Erfolgsgaranten darstellt wie die Kenntnis zielkultureller Sitten und Gebräuche (vgl. Beneke/ Nothnagel 1988). Gerade das Scheitern politischer und ökonomischer „Schocktherapien“ in zahlreichen Transformationsländern hatte deutlich werden lassen, dass marktwirtschaftliche Ordnungsmodelle, aber auch Grundsätze betrieblicher Organisation (Produktion, Führung), nicht transmittorisch (im Sinne eines informatorischen Kommunikationsbegriffs) von Kultur A auf Kultur B übertragbar waren oder dadurch erzeugt werden konnten, dass man auf der Grundlage eines Vergleichs von Unternehmenskultur A und Unternehmenskultur B eine synthetisch gebildete „dritte“ (Unternehmens-)Kultur C ableitete¹⁸. Ein solches theoretisches Konstrukt wie es z.B. die der Lean-Management-Diskussion zugrunde liegende „Theory Z“ (Ouchi 1981) darstellte, war allerdings in der Regel gerade aufgrund des statischen Charakters der Synthesenbildung in der Wirtschaftspraxis nicht tragfähig. Faktisch bestanden Asymmetrien zu Gunsten einer der Partner A oder B, und in dieser Weise war dann auch die „interkulturelle“ Unternehmenskultur geprägt. Zahlreiche Beispiele hierfür findet man in der Praxis der „Doppelspitzenpolitik“ von west-/ osteuropäischen Joint-Ventures vor allem der neunziger Jahre (vgl. Bolten/ Dathe 1995, Höhne 1997).

¹⁶ Vgl. die Forschungsberichte bei Hentze 1987, Kumar 1988 und Hasenstab 1999.

¹⁷ Es handelt sich um die bis heute einflussreiche Studie der kulturvergleichenden Managementforschung: In 66 Ländern waren insgesamt 117.000 IBM-Angestellte u.a. zu persönlichen Werten und Zielen, zur Wahrnehmung der Arbeitssituation und zur Arbeitszufriedenheit befragt worden. Zur Rezeption vgl. aus kritischer Perspektive: Bolten 1997, S. 475ff.

¹⁸ vgl. z.B. im Kontext der Adaptionsversuche der amerikanischen Automobilindustrie in Bezug auf japanische „Lean“-Prinzipien die „Theory Z“ von Ouchi (Ouchi 1981).

Methodisch verfügte die kulturvergleichende Managementforschung nicht über Instrumente oder Möglichkeiten, dieses Dilemma zu überwinden. Sie brachte zwar wertvolle Erkenntnisse zur Kulturspezifik wirtschaftsbezogenen Handelns in „fremden“ Kulturkreisen hervor, ohne jedoch aufzeigen zu können, wie konkretes *Handeln* zwischen Partnern aus unterschiedlichen Kulturen (A und B) verläuft, warum in diesen *Interaktionen* bestimmte Probleme entstehen und wie man entsprechend Abhilfe schaffen kann. Unter der Prämisse „international heißt komparativ“ (Stahl/ Mayrhofer/ Kühlmann 2005,2) ließe sich umgekehrt die kulturvergleichende bzw. -kontrastive Managementforschung auch am zutreffendsten dem Bereich des *internationalen* und nicht des *interkulturellen* Managements zuordnen (Bolten 2000a).

Interkulturelles Management geht einen Schritt weiter: Aufbauend auf sozialen Handlungstheorien wird „interkulturell“ anders als noch in der Tradition kulturvergleichender Forschungen nicht als mehr oder minder statisches Verhältnis von A und B (oder in deren Synthese C) gesehen, sondern als Prozess, in dessen Wechselbeziehung A und B permanente Interaktions-szenarien C generieren. Dies kann als, synergetisches „Drittes“ (Casmir 1992) oder eben als „Interkultur“ (Bolten 1993) bezeichnet werden. „Interkultur“ bezeichnet dementsprechend kein *Vergleichsprodukt*, keine Synthese und auch keinen Raum, sondern ein Interaktionsgeschehen, ein „Ereignis“ und in gewisser Weise auch ein „Spiel“, in dem sich zwischen Mitgliedern unterschiedlicher Kulturen A und B Aushandlungsprozesse vollziehen (Bolten 1992a, 1993).

Da derartige Prozesse auf kulturell unterschiedlichen Handlungsvoraussetzungen beruhen, in der Regel kommunikativ realisiert werden und selbst einen Kernbestandteil interkulturellen Handelns darstellen, ist es plausibel, dass der Weg „vom kontrastiven Management zum interkulturellen“ (Höhne 1995) gegen Mitte der neunziger Jahre insbesondere über Schnittstellen zu den Kommunikations- und Handlungs- bzw. Verhaltenswissenschaften, und hier vor allem der Psychologie (Thomas 1992, Bergemann/ Sourisseaux 1992) führen musste.

In Wechselwirkung mit diesen Entwicklungen und gleichzeitig aufbauend auf Theorien des symbolischen Interaktionismus wurde wenig später auch in den Wirtschaftswissenschaften „Interkulturelles Management als soziales Handeln“ interpretiert (Apfelthaler 1998, Hasenstab 1999).

Die für eine Beschreibung und Erklärung interkultureller Prozesse notwendige Tradition der vergleichenden Managementforschung wurde parallel weitergeführt. Gerade in diesem Bereich sind in den vergangenen Jahren zahlreiche verdienstvolle Studien entstanden (vgl. Institut für Auslandsbeziehungen 1997). Sie sind allerdings auch dann, wenn sie durch ihre Titulierung die Beschäftigung mit interkulturellen Fragestellungen suggerieren, in der Regel Bestandteil der internationalen und nicht der interkulturellen Managementforschung.¹⁹

Dennoch waren vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen für den Gegenstandsbereich der interkulturellen Wirtschaftskommunikation erstmals seit der „abgebrochenen“ Tradition der dreißiger Jahre auch in Bezug auf die Wirtschaftswissenschaften wieder interdisziplinäre Schnittstellen geschaffen, die mehr oder minder nachhaltig auch in der Gründung interdisziplinärer Studiengänge²⁰, in fachüberschreitend herausgegebenen Schriftenreihen²¹ oder in der

¹⁹ Verräterisch ist daher auch die immer noch häufig anzutreffende Rede vom „Interkulturellen Vergleich“. Von der Metaebene des Vergleichs unterschiedlicher interkultureller Interaktionen abgesehen, handelt es sich dabei um einen Widerspruch in sich, der wohl auch mit der Tatsache zusammenhängt, dass „interkulturell“ derzeit als Modewort fungiert und gerne als eyecatcher verwendet wird. Gemeint ist hier in der Regel „kultureller Vergleich“.

²⁰ So wurde 1992 an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Jena der Studiengang „BWL/ Interkulturelles Management“ gegründet. In Kooperation mit der Philosophischen Fakultät enthält er als einen obligatorischen Bestandteil die spezielle Betriebswirtschaftslehre „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“.

²¹ Z.B. Bolten/ Oberender 1995ff

Entstehung multidisziplinär verankerter Forschungs- und Weiterbildungsinstitutionen wie der Akademie für Interkulturelle Studien“ (Wierlacher/ Wolff 1996)²² ihren Niederschlag fanden.

2.3.2 Interdisziplinäre Ausdifferenzierungen

Auf diese Weise entstanden Wechselwirkungen zwischen unterschiedlichen disziplinären Denkweisen und methodischen Zugriffen auf den Gegenstandsbereich „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“, die ihrerseits in die Mutterdisziplinen zurückwirkten und hier teilweise überhaupt erst zu einer Hoffähigkeit wirtschaftsbezogener Fragestellungen führten. An der Wende zum 21. Jahrhundert war dementsprechend ein Kontext entstanden, der mit der Bezeichnung „interdisziplinär“ zwar noch überbewertet wäre, der aber immerhin eher durch offene und problemproduktive (transdisziplinäre) Netz-Zusammenschlüsse als durch disziplinbedachte Systemabgrenzungen charakterisiert ist.

Beobachten lässt sich dies an der interkulturellen Ausdifferenzierungsentwicklung in den Wirtschaftswissenschaften, wo Lehr- und Forschungsgebiete wie „Internationales Management“ zunehmend flankiert werden von Spezialisierungsrichtungen wie „*Interkulturelles Management*“, „*Interkulturelle Personalwirtschaft*“ oder „*Interkulturelles Marketing*“ (Bergemann/ Bergemann 2005). Insbesondere seit den späten neunziger Jahren sind die zu diesen Themen publizierten Veröffentlichungen zumindest auf den ersten Blick nicht immer eindeutig als Produkte einer bestimmten „Mutter“disziplin identifizierbar.

Neuere Arbeiten zur „Interkulturellen Personalorganisation“ sind teils von Kultur-, teils von Kommunikationswissenschaftlern, aber genauso von Wirtschaftswissenschaftlern oder Psychologen bzw. von disziplinär gemischten Teams herausgegeben (vgl. u.a. Barmeyer/ Bolten 1998, Stahl 1998, Clermont/ Schmeisser/ Krimphove 2001, Kühlmann 2004, Stahl/ Mayrhofer/ Kühlmann 2005). Ähnliches gilt für die meisten aktuellen Studien zur „Interkulturellen Organisationslehre“ (Stüdlein 1997, Mönikheim 1998, Stüdlein 2000, Schreier 2001, Stahl 2001, Bolten 2000b, 2003, Kammhuber 2003, Macharzina 2003, Straehle 2003, 2004, Rathje 2004, Emmerling 2005), und auch neuere Arbeiten zum „Interkulturellen Marketing“ geben nicht unbedingt auf Anhieb zu erkennen, ob es sich bei den Verfassern um Wirtschafts- oder Kommunikations- bzw. Medienwissenschaftler handelt (Mauritz 1996, Müller 1997, Simmet-Blomberg 1998, Dmoch 2003, Müller/ Gelbrich 2004).

Interessant ist festzustellen, dass vor allem fachliche Grenzgänger wie etwa Psychologen an wirtschaftswissenschaftlichen Instituten, Wirtschaftswissenschaftler an kommunikationswissenschaftlichen Instituten oder auch die erste Absolventengeneration interkultureller Studiengänge interaktionsorientierte und in diesem Sinn „interkulturelle“ Ansätze vertreten, während „klassische“ Wirtschaftswissenschaftler nach wie vor eher zu kulturvergleichenden Ansätzen tendieren (vgl. Scholz 2004). Sie zählen folglich auch nur in einer Minderheit zu denjenigen, die sich mit Fragestellungen der wirtschaftsbezogenen interkulturellen Trainingsforschung und –entwicklung auseinandersetzen – vermutlich gerade weil es bei interkulturellem Training, Coaching und interkultureller Mediation heute weniger um die Vermittlung von wirtschaftswissenschaftlichem Fach- und „Kulturwissen“ als um die Realisierung interaktionsorientierter Ansätze geht. Beiträge hierzu stammen zumeist von Psychologen und Kommunikati-

²² Die Akademie für Interkulturelle Studien (AIS) wurde 1996 aus der Bayreuther „Interkulturellen Germanistik“ heraus gegründet. Sie führt bis heute – und im deutschsprachigen Raum vermutlich am intensivsten – eine Vielzahl an Disziplinen zusammen, die sich mit Fragestellungen interkulturellen Handelns befassen. Einer der Arbeitsbereiche bezieht sich auf „interkulturelle Wirtschaftskommunikation“. Zu den Mitgliedern zählen Hochschullehre u.a. aus Kultur- und Kommunikationswissenschaft, Wirtschaftswissenschaft, Wirtschaftsgeographie, Psychologie, Ethnologie und Jura.

onswissenschaftlern, für die der Gegenstandsbereich „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ inzwischen einen mehr oder minder umfangreichen und eigenständigen Teil ihres Arbeitsgebietes einnimmt (Bolten 1998, 2005, Breuer/ Barmeyer 1998, Götz 1999, Clement 2000, Müller-Jacquier 2000, Kammhuber 2001, Niedermeyer 2001, Schenk 2001, Konradt 2002, Thomas 2003, Busch/ Schröder 2005).

3. „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ als Schnittstellendisziplin für Bachelor- und Master-Studiengänge?

Um an dieser Stelle noch einmal auf die Eingangsfrage zurückzukommen, lässt sich festhalten, dass nur wenig dafür spricht, „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ als ein fest umrissenes „Fach“ in klassischem Sinne zu bezeichnen. Es handelt sich eindeutig um eine Schnittstellendisziplin, von der in analoger Weise gilt, was auch auf moderne Gesellschaften zutrifft, wenn man sie nicht unter der Prämisse irgendeiner Ordnungslogik betrachtet:

„dann erkennt man hinter der Oberfläche hermetisch zueinander geschlossener Systeme bewegte Netze, beliebig bewegliche Zusammenschlüsse, die sich so fließend ergeben wie sie sich auch wieder auflösen. Fließende Lücken finden vorübergehend Anschluss und geben diesen wieder ab im Wissen um eine nächste fließende Beziehung. Dahinter steckt kein System, keine Kausalität, sondern der Wille zum Experiment (Kasualität) der Bewegung. Was daher chaotisch anmuten mag, weil man es nicht vorausberechnen kann, ist aber nicht ohne Balance oder ohne Ordnung. Es handelt sich vielmehr um fließende Relationen, die dem Spiel offener Ordnung nachkommen. Der Unterschied der Netzstruktur zu Systemstrukturen ist: Sie entsteht aufgrund der ortsungebundenen, aber jederzeit durch Anschluss identifizierbaren Adressaten.“ (Karmasin/ Winter 2003, 162f).

Damit erübrigt sich unter anderem die Notwendigkeit, eine Verteidigungshaltung einzunehmen, wenn man als Akteur des Forschungs- und Lehrgegenstands „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ mit dem Vorwurf konfrontiert wird, das „Fach“ habe bislang noch nicht einmal eine klare „eigene“ Theoriebildung geleistet. Die Antwort kann angesichts unserer Befunde zum Thema „Fach“ nur lauten: Das ist auch gut so! Wäre es anders, würde man die Bindung der interagierenden Disziplinen an ihre jeweils „eigenen“ Theorien in Frage stellen und ihnen den Unterbau entziehen. Gleichzeitig würde man das offene Netzwerk gegen ein geschlossenes System eintauschen, das aufgrund seiner Komplexität entweder nicht mehr handlungs- und damit praxisfähig, oder durch triviale Oberflächlichkeit charakterisiert wäre. Ziel sollte es vielmehr sein, aus der Auseinandersetzung mit dem Gegenstandsbereich „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ heraus die theoretischen Positionen und methodischen Instrumente der jeweiligen Mutterdisziplin zu ergänzen und zu differenzieren. Wenn sich im Rahmen interdisziplinärer Forschungsvorhaben zum Gegenstandsbereich aus fächerübergreifenden Synergien Ansätze zu einer eigenständigen Theoriebildung in bezug auf die „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ ergeben, ist das natürlich als äußerst positiv zu werten – den Regelfall wird dies jedoch nicht darstellen.

Ohne an dieser Stelle den Beweis antreten zu können, gilt ähnliches vermutlich für den noch viel komplexeren Gegenstandsbereich der „Interkulturellen Kommunikation“.²³

In einer Zeit der Umstrukturierung der Hochschullehre und –forschung durch die Einführung von Bachelor- und Master-Studiengängen stellt sich heute mit besonderer Dringlichkeit die

²³ In diesem Sinne bietet das Internet sowohl für den Studien- als auch für den Forschungsbereich die besten Möglichkeiten einer „virtuellen“ Vernetzung derjenigen, die den Gegenstandsbereich „Interkulturelle (Wirtschafts-)kommunikation“ bearbeiten. Mit dieser Zielsetzung wurde 2004 von der Akademie für Interkulturelle Studien“ u.a. der „Hochschulverbund Interkulturelles Lernen im Netz“ gegründet (vgl. www.interkulturelles-portal.de)

Frage, wie der Gegenstandsbereich „Interkulturelle (Wirtschafts-)kommunikation“ vor diesem Hintergrund institutionell und organisatorisch am sinnvollsten eingebunden werden kann.

Aufschlussreich mag ein Blick auf entsprechende bereits existierende B.A./ M.A.-Angebote sein. Zum Zeitpunkt der Recherche im Frühjahr 2005 war deren Anzahl freilich eher gering²⁴. Spezielle Angebote mit der Bezeichnung „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ existierten überhaupt noch nicht:

Hochschule	Studiengangsbezeichnung	Kernfach	IKK als	B.A.	M.A.	Prom-stud.
U Bayreuth	Intercultural Anglophone Studies	Anglistik	Interkulturelle Germanistik als Studienelement, Kombinationsfach	x	x	
U Bayreuth	Cultural Encounters	Anglistik	als „beteiligtes Fach“			x
U Frankfurt/O. U Ohridski Sofia	Medien und Interkulturelle Kommunikation	Sprachwissenschaft	Forschungsfeld		x	
U Duisburg	Kulturwirt	1. Alternativ: Englisch, Spanisch, Niederländisch, oder Philosophie 2. WiWi	„Thema“ im Grundlagenstudium	x	x	
U Greifswald	Slawische Philologie	Slawistik	Mikromodul		x	
FH Fulda	Intercultural Communication and European Studies	Sozial- und Kulturwissenschaften	Studienbereich		x	
FH Fulda	Sozialwissenschaften mit Schwerpunkt Interkulturelle Beziehungen	Sozial- und Kulturwissenschaften	Studienbereich	x		
U Halle-Wittenberg	Interkulturelle Europa- und Amerikastudien	Kulturstudien (aus den Philologien)	Modul	x	x	
FH Köln	Internationales Management und Interkulturelle Kommunikation	Wirtschaftswissenschaft	Modul		x	
FH Merseburg	Angewandte Medien- und Kulturwissenschaft (ab 06)	Soziale Arbeit, Medien und Kultur	Modul		x	
FH München	Interkulturelle Kommunikation und Kooperation	Allgemeinwissenschaften	„Säule“		x	

²⁴ Die Untersuchung basiert auf einer Internet-Recherche, die aufgrund der z.T. in Mikromodulen angebotenen Veranstaltungen vermutlich auch nicht alle interkulturellen Teilangebote erfasst. Hinzu kommt die derzeit sehr hohe Veränderungsgeschwindigkeit bzgl. des Angebotsspektrums von Hochschulen in Deutschland. So wird derzeit an einer Reihe von Hochschulen an B.A./ M.A.-Konzeptionen gearbeitet, die vermutlich 2006/07 bereits in die Praxis umgesetzt sein werden (z.B. LMU München, TU Chemnitz, U Saarbrücken, U Oldenburg). Den aktuellsten Stand findet man vermutlich bei den Selbsteintragungen der Hochschulen unter www.interkulturelles-portal.de. Zu den angeführten Studiengangsangeboten vgl. die Homepages der Hochschulen: <http://www.uni-bayreuth.de/departments/anglistik/BaMa2.htm>; <http://www.fh-fulda.de/fb/sk/index.htm> <http://www.f03.fh-koeln.de/fakultaet/itm/studium/internationale-studiengaenge/ma-im-ik/00076/> <http://www.ikeas.de/> (Halle-Wittenberg); http://www.fhm.edu/fb13/master/d_konzeption.html (FH München); http://www.wir-setzen-akzente.de/admingate/site/Meldungen/2005/Presseinformation_Maerz_2005_Bachelor-und_Master.pdf (FH Merseburg)

Das relativ kleine Gesamtszenario interkulturell ausgerichteter „Bologna“-Studiengänge erscheint zudem wenig homogen, so dass sich aus dem aktuellen Stand auch keine eindeutigen Tendenzen in Bezug auf die Entwicklung künftiger Studiengangskonzeptionen ableiten lassen. Da diese Entwicklungen bis 2010 jedoch vorerst abgeschlossen sein müssen, wird der bildungspolitische Druck neue Studienangebote zu entwickeln, kurzfristig erheblich zunehmen. In diesem Zusammenhang gilt es aus der Sicht interkultureller Lehre und Forschung, Studienangebote so einzubinden, dass (a) Forschung und Ausbildung wissenschaftlichen Nachwuchses langfristig gesichert sind, dass (b) multi- und interdisziplinäre Synergiebildungen weiterhin gewährleistet werden und dass (c) tragfähige, attraktive und berufsrelevante Aspekte des Praxistransfers in Kombination mit klassischen „Mutterdisziplinen“ erarbeitet werden.

Letzteres scheint bei den meisten der recherchierten B.A./M.A-Studienangeboten der Fall zu sein: „Interkulturelle Kommunikation“ übernimmt als „Modul“, „Thema“, „Studienbereich“ etc. Komplementärfunktionen in Bezug auf ein „Kernfach“; selbst besitzt es aber in keinem der Fälle einen „Kernfach“-Status.²⁵ Dies ist für den Bachelor-Bereich, vermutlich aber auch für die Master-Ausbildung ein sinnvoller Ansatz: „Interkulturelle Kommunikation“ ist in noch geringerem Maße als die ohnehin stärker kernfachgebundene „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ für sich allein berufsqualifizierend. Jemand, der mit einem Masterabschluss in Interkultureller Kommunikation auf den Arbeitsmarkt käme, würde sicherlich als erstes – wie eingangs darstellt- gefragt, was er denn „eigentlich“ gelernt habe. Von daher ist es vermutlich eher nicht ratsam, die Einrichtung eines interkulturellen „Kernfach“-M.A. oder -B.A. anzustreben. Aus den gleichen Gründen sind auch Überlegungen, „Interkulturelle Kommunikation“ als eigenes Schulfach einzurichten, bislang unrealisiert geblieben (Bolten 2001).

Wie wir gesehen haben, spielt jedoch umgekehrt der Gegenstandsbereich „Interkulturelle (Wirtschafts-)Kommunikation“ inzwischen für eine beträchtliche Anzahl konventioneller „Kernfächer“ eine wichtige Rolle, so dass ein Aus- und Weiterbildungsbedarf in durchaus erheblichem Umfang gegeben ist. Die Tendenz scheint dahin zu gehen, interkulturelle Studienangebote als „Schlüsselqualifikationen“ oder Soft Skills (z.B. interkulturelle Trainings) in Bachelor-Studiengängen zu verankern. Die Einbeziehung des Attributs „interkulturell“ in B.A.-Studiengangsbezeichnungen dient dann allerdings eher der Differenzierung gegenüber „alten“ Magister-Studiengangsbezeichnungen (z.B. „Intercultural Anglophone Studies“ anstatt „Anglistik“), als dass es auf die Realisierung einer eigenständigen wissenschaftliche Programmatik von Interkultureller (Wirtschafts-)kommunikation verweist.

Gleichzeitig kann vor einem Abdrängen der interkulturellen Kommunikationsforschung in die Rolle einer B.A.-Dienstleistungswissenschaft nur gewarnt werden: Spätestens mit der Einführung des „Bologna-Studiensystems“ werden sich auch die Lehrverpflichtungsordnungen der Bundesländer dahingehend ändern, dass der Anrechnungsfaktor für praxisorientierte Lehrveranstaltungen an Universitäten auf 0,5 reduziert wird. Im Klartext bedeutet dies eine Verdoppelung des Lehrdeputats, womit Forschungstätigkeiten nur noch in Privatinitiative durchgeführt werden können. Damit ist aber auch kein Theorie-Praxis-Transfer mehr möglich und die wissenschaftliche Fundierung von Angeboten zur interkulturellen „Schlüsselqualifikation“ wird über kurz oder lang in Frage gestellt sein.

²⁵ Am meisten mag dies noch auf das Studienangebot der FH München zutreffen, obwohl Interkulturelle Kommunikation hier auch nur eine von drei „Säulen“ darstellt.

In der Praxis der Entwicklung von B.A./ M.A.-Studiengangskonzeptionen scheint es so zu sein, dass interkulturelle Studienangebote i.S. von Schlüsselqualifikationen und zusätzlichen Mikromodulen von vielen Fächern gerne als bevorzugtes „Objekt der Begierde“ in deren Studienprogramm integriert werden. Auch wenn dies grundsätzlich nicht negativ zu bewerten ist, sollten interkulturelle Institute und Fachgebiete auf keinen Fall mehr als 30% ihrer Ressourcen hierfür aufwenden. Den eigentlichen Arbeitsschwerpunkt sollten Forschungs- und Lehrinitiativen mit interdisziplinärer Ausrichtung bilden, was freilich nur dann funktioniert, wenn man auf fundierte Kenntnisse in einer Mutterdisziplin oder in einem Kernfach bereits aufbauen kann. Die Vermittlung dieser Kenntnisse ist Aufgabe von B.A.-Studiengängen, so dass interkulturelle Studienangebote folglich in erster Linie auf M.A.-Niveau angesiedelt sein sollten. Aber auch hier gilt, dass ein Kernfach weiterhin die Leitdisziplin darstellen und durch komplementäre interkulturelle M.A.-Angebote modifiziert und spezifiziert werden sollte.

Übertragen auf den Bereich der Interkulturellen Wirtschaftskommunikation böten sich vor dem Hintergrund der dargestellten wissenschaftshistorischen Entwicklungen der vergangenen Jahre diverse M.A.-Optionen an. Denkbar wäre z.B. ein Master „Interkulturelles Personalmanagement und interkulturelle Personalentwicklung“ unter Beteiligung von Wirtschaftswissenschaft, Psychologie und des Schnittstellenfachs Interkulturelle (Wirtschafts)kommunikation, Masterstudiengänge wie „Unternehmenskommunikation und interkulturelles Marketing“, „BWL/ Interkulturelles Management“ oder aber „Area Studies“ zu bestimmten Zielkulturräumen mit wirtschaftlichen, juristischen, religionswissenschaftlichen, philologischen oder wirtschaftsgeographischen Schwerpunkten.

Um die Qualität interkultureller Lehre und Forschung langfristig sicherstellen zu können, sollte ein nicht zu geringer Ressourcenanteil für die Einrichtung und Durchführung interkultureller Promotionsstudiengänge reserviert werden. Dies bietet sich vor allem dort an, wo ohnehin viele Kernfächer mit interkultureller Orientierung existieren, so dass beispielsweise auch im Rahmen von Graduiertenkollegs interdisziplinäre Schnittstellenszenarien zur Entfaltung kommen können.

Da Interdisziplinarität zwischen mehreren Fächern erfahrungsgemäß kaum gelingt, wenn sie nicht moderiert wird, bietet es sich an, die Verantwortung für die Einrichtung und Durchführung derartiger Promotionsstudiengänge *interkulturellen Kompetenzzentren* zu übertragen. Man wird in der BRD kaum mehr davon benötigen als zur Zeit interkulturelle Fachgebiete/ Institute existieren, aber hier wären Orte, an denen interkulturelle Lehre und Forschung auch in der beschriebenen Komplexität existieren und auf andere Studienangebote wirken könnten: Dadurch, dass multikulturelle Teams aus unterschiedlichsten Disziplinen und mit dementsprechend unterschiedlichen Blickwinkeln am gleichen Gegenstandsbereich arbeiten, würde Interkulturalität in solchen Kompetenzzentren nicht nur thematisiert, sondern sie wäre aktiver und praktizierter Bestandteil der Forschungs- und Lehrprozesse selbst. Dass dies die Qualität der Arbeitsergebnisse fördern würde, liegt auf der Hand.

Ähnliche Effekte, nur vielleicht in viel intensiverer Form, könnten mittelfristig durch den Aufbau eines internationalen Netzwerks von interkulturellen E-Learning-Angeboten erreicht werden. Bereits jetzt arbeiten 10 Hochschulen der BRD in dieser virtuellen Form im „Hochschulverbund interkulturelles Lernen im Netz“ zusammen²⁶: Komplette Blended-Learning- und E-Learning-Seminare und –Vorlesungen zu interkulturellen Themen werden hier ausgetauscht, gegenseitig als Studienleistungen anerkannt und damit in die eigenen Studienprogramme integriert. Von den Universitäten Jena, Frankfurt/O. und Saarbrücken initiiert, wer-

²⁶ Im Sommersemester 2005 waren im Interkulturellen Portal unter „IK Lernen im Netz“ (<http://www.interkulturelles-portal.de/>) insgesamt 52 interkulturelle E-Learning-Lehrveranstaltungen abrufbar.

den derzeit Möglichkeiten der Konzeption eines virtuellen Masterstudiengangs diskutiert, der nicht nur die Angebote des deutschen Hochschulnetzwerks bündelt, sondern der auch entsprechende E-basierte Module internationaler Hochschulen integriert. Interkulturelle Praxis wäre dann automatisch Bestandteil eines solchen – weitgehend ortsunabhängig zu absolvierenden - Studiums.

Literaturverzeichnis

Ackermann, P. 1996: Japanische Kultur und japanischer Wirtschaftsstil. In: Klump, R. (Hg.), Wirtschaftsstruktur, Wirtschaftsstil und Wirtschaftsordnung: Methoden und Ergebnisse der Wirtschaftskulturforschung. Marburg, 141-160

Adler, Nancy J. 1980: Cultural Synergy: The Management of Cross-Cultural Organizations. In: Burke, W./ Goodstein, L.D. (Hg.): Trends and Issues in OD. San Diego, 163-184

Adler, Nancy J. 1991: International Dimensions of Organizational Behavior, Boston/ Massachusetts, 2. Aufl.

Ammon, G. 1994: Der französische Wirtschaftsstil. München

Ammon, G./ Knoblauch, J. 2001: Der französische Managementstil. Zum Verständnis des Verhaltens französischer Führungskräfte. In: Bolten, J./ Schröter, D. (Hg.), Im Netzwerk interkulturellen Handelns. Sternenfels, 226-241

Ammon, G. 2001: Der Wirtschaftsstil – ein Instrument zur Analyse fremder Volkswirtschaften, erläutert am Beispiel des französischen Wirtschaftsstils. In: Bolten, J./ Schröter D. (Hg.), Im Netzwerk interkulturellen Handelns. Sternenfels, 143-154

Apfelthaler, Gerhard 1999: Interkulturelles Management. Wien

Apfelthaler, Gerhard 1998: Interkulturelles Management als soziales Handeln. Wien

Barmeyer, Christoph/ Bolten, J. (Hrsg.) 1998: Interkulturelle Personalorganisation. Sternenfels/ Berlin

Barmeyer, Christoph 1996: Interkulturelle Qualifikationen im deutsch-französischen Management kleiner und mittlerer Unternehmen. St. Ingbert

Barmeyer, Christoph 2000a: Interkulturelles Management und Lernstile. Studierende und Führungskräfte in Frankreich, Deutschland und Quebec. Frankfurt/M.

Barmeyer, Christoph 2001: Kulturelle Lernstile. Erfahrungslernen und Bildungssysteme in Frankreich und Deutschland. In: Bolten, J./ Schröter, D. (Hg.), Im Netzwerk interkulturellen Handelns. Sternenfels, 155-175

Barmeyer, Christoph 2000: Wege zeigen – Wege gehen. Interkulturelles Coaching. Personal, H.9, 43-49

Baumann, Klaus-Dieter 1992: Die Fachlichkeit von Texten als eine komplexe Vergleichsgröße. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsg.), Kontrastive Fachsprachenforschung. Tübingen, 29-48

Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig 1992: Kontrastive Fachsprachenforschung. Tübingen

Beneke, Jürgen 1992: Das Hildesheimer Profil Interkulturelle Kompetenz Vorschläge für ein Interkulturelles Assessment Center. In: Beneke, Jürgen (Hrsg.), Kultur, Mentalität, nationale Identität. Arbeitspapiere zur Internationalen Unternehmenskommunikation. Bonn, 93-108

Beneke, Jürgen/ Nothnagel, Detlev 1988: Reibungsfelder im Außenwirtschaftsverkehr. Bericht über ein Projekt der Forschungsstelle für interkulturelle Kommunikation. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), Sprache und Information in Wirtschaft und Gesellschaft. Tostedt, 269-280

Bergemann, Niels/ Sourissaux, A. L. J. 1992: Interkulturelles Management. Heidelberg

Bergemann, Britta/ Bergemann, Niels 2005: Interkulturelle Managementkompetenz Anforderungen und Ausbildung. Berlin/ Heidelberg

Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft e.V. München 1992: Binnenmarkt '92. Auswirkungen auf die Qualifikationsanforderungen der Mitarbeiter im Vertrieb - welche Qualifikationsstrategien sind erfolgreich? München

Bleich, Susanne/ Jia Wenjian/ Schneider, Franz 2003: Kommunikation in der globalen Wirtschaft. Frankfurt am Main u.a.

Bleicher, K 1983: Organisationskulturen und Führungsphilosophien im Wettbewerb. In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 35(1983), H.2, 136-146

Blom, Herman/ Meier, Harald 2002: Interkulturelles Management. Herne/ Berlin

Bolten, Jürgen 1991: Fremdsprache Wirtschaftsdeutsch: Bestandsaufnahme und Perspektiven. In: Müller, B.D. (Hg.), Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. München, 71-92

Bolten, Jürgen 1992: "Fachsprache" oder "Sprachbereich"? In: Bungarten, T. (Hrsg.), Beiträge zur Fachsprachenforschung. Tostedt 57-72

Bolten, Jürgen 1992a: Interkulturelles Verhandlungstraining. In: Jahrbuch DaF, S.269-287

Bolten, Jürgen 1993: Grenzziehungen als interaktionaler Prozess. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 19. 255-276

Bolten, Jürgen 1993a: Interaktiv-interkulturelles Fremdsprachenlernen. Zur Konzeption von Planspielen und Fallstudien im wirtschaftsbezogenen Fremdsprachenunterricht. In: Kelz, H.P. (Hg.), Internationale Kommunikation und Sprachkompetenz. Beiträge zum Fachprogramm der Expolingua. Bonn, 99-139

Bolten, Jürgen 1994: Wirtschaftsdeutsch – quo vadis? Empirische Grundlagen für die Erstellung von Lehrmaterialien. In: Cothran, Bettina F. (Hg.), Handbook for German in Business and Technology. Cherry Hill, 9-26

Bolten, Jürgen 1996: Öffentlicher Sprachgebrauch, oder was? Zur diachronischen Textpragmatik und ihrer Anwendung am Beispiel des Themenbereichs „Werbegeschichte als Zeitgeschichte in Deutschland“. In Böke, Karin/ Jung, Matthias/ Wengeler, Martin (Hg.), Öffentlicher Sprachgebrauch. Opladen, 283-300

Bolten, Jürgen 1997: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. In: Walter, Rolf, Wirtschaftswissenschaften. Eine Einführung. Paderborn, 469-497

Bolten, Jürgen/ Oberender, Peter (Hg.) 1995ff: Schriftenreihe Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Sternenfels

Bolten, Jürgen 1998: InterAct. Ein interkulturelles Verhandlungstraining für die Zielkulturen Australien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Niederlande Russland, Spanien und USA. Sternenfels/ Berlin

Bolten, Jürgen 1998(a): Deutsche Sprachgeschichte und Wirtschaftsgeschichte. In: Besch, Werner/ Reichmann, Oskar/ Sonderegger, Stefan (Hrsg.), Sprachgeschichte. 2. Teilband. Berlin/ New York

Bolten, Jürgen / Dathe, Marion / Kirchmeyer, Susanne u.a. 1995: Lehrwerke und Lehrmaterialien für die Wirtschaftsfremdsprachen deutsch, Englisch, Französisch und Russisch. Sternenfels

Bolten, Jürgen / Dathe, Marion / Kirchmeyer, Susanne u.a. 1996: Interkulturalität, Interlingualität und Standardisierung bei der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen. Gezeigt am Beispiel des Vergleichs von amerikanischen, britischen, deutschen, französischen und russischen Geschäftsberichten. In: Baumann, D./ Kalverkämper, H. (Hrsg.), Fachliche Textsorten. Tübingen

Bolten, Jürgen 2000a: Internationales Personalmanagement als interkulturelles Prozessmanagement: Perspektiven für die Personalentwicklung internationaler Unternehmungen. In: Clermont, A./ Schmeisser, W./ Krimphove, D. (Hg.), Personalführung und Organisation. München, 841-856

Bolten, Jürgen 2000b: Können internationale Merger eine eigene Identität ausbilden? In: Wierlacher, A. (Hg.), Kulturthema Kommunikation. Mönchsee, 113-120

Bolten, Jürgen 2000c: Sharan, Galaxy oder Alhambra: „Kommunikation“ und „Kultur“ als Differenzierungsmerkmale im internationalen Wettbewerb. Zu systematisch-methodischen Aspekten der kommunikationswissenschaftlichen Deskription und der kulturwissenschaftlichen Analyse am Beispiel von marketingorientierten Textsorten der US-amerikanischen, britischen, deutschen und französischen Automobilindustrie. In: Bolten, Jürgen (Hg.), Studien zur internationalen Unternehmenskommunikation. Waldsteinberg

Bolten, Jürgen 2001: Thesen zum interkulturellen Lernen in der Schule. In: Bolten, J./ Schröter, D. (Hg.): Im Netzwerk interkulturellen Handelns. Sternenfels, S.106-113

Bolten, Jürgen 2003: Das Kommunikationsparadigma im internationalen M&A-Prozess. Due Diligences und Post-Merger-Management im Zeichen der "Zweiten Moderne". In: Strähle, J. (Hg.), Interkulturelle Mergers & Acquisitions. Sternenfels, 10-36

Bolten, Jürgen (Hg.) 2004: Interkulturelles Handeln in der Wirtschaft. Positionen, Modelle, Perspektiven, Projekte. Sternenfels

Bolten, Jürgen 2005: Interkulturelle Personalentwicklungsmaßnahmen: Training, Coaching und Mediation. In: Stahl, Günter K./ Mayrhofer, Wolfgang / Kühlmann, Torsten M. (Hg.), Internationales Personalmanagement. Neue Aufgaben, neue Lösungen. München/ Mering, 307-324

Bolten, Jürgen/ Dathe, Marion (Hg.) 1995: Transformation und Integration. Aktuelle Probleme und Perspektiven west-/ osteuropäischer Wirtschaftsbeziehungen. Sternenfels

Breuer, J.P./ Barmeyer, C. 1998: Von der interkulturellen Kompetenz zur Kooperationskompetenz. Beratung und Mediation im deutsch-französischen Management. In: Barmeyer, Christoph/ Bolten, Jürgen (Eds.), Interkulturelle Personalorganisation. Sternenfels/ Berlin, 179-202

Brünner, G./Fiehler, R. 1998: Linguistische Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation. In: Sprachreport 3, 13-27

Brünner, Gisela 2000: Wirtschaftskommunikation. Linguistische Analyse ihrer mündlichen Formen. Tübingen

Brünner, Gisela 2001: Gespräche in der Wirtschaft. In: Brinker, Klaus (Hrsg.), Text- und Gesprächslinguistik - Linguistics of Text and Conversation. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. et al. 2. Halbband.: Gesprächslinguistik. (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft). Berlin / New York, 1526 – 1540

Brünner, Gisela 1997: Fachlichkeit, Muster und Stil in der beruflichen Kommunikation. In: Selting, M. / Sandig, B. (Hrsg.), Sprech- und Gesprächsstile. Berlin/New York, 254 – 285

Bungarten, Theo 1993: Hinsichten zu einer Theorie der Fachsprachen. Zur Einführung. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), Fachsprachentheorie: FST. Bd. 1. Tostedt, 13-35

Busch, D./ Schröder, H. (Hg.) 2005: Perspektiven Interkultureller Mediation. Frankfurt/ M.

Casmir, F. L. 1992: Third-culture building: A paradigm shift for international and intercultural communication. Communication Yearbook, 16, 407-428

Christ, Herbert/ Schwarze, Angela 1985: Fremdsprachenunterricht in der Wirtschaft. Bestandsaufnahme und Perspektiven. Tübingen

Clement, Ute/ Clement, Ulrich 2000: Interkulturelles Coaching. In: Götz, K. (Hg.), Interkulturelles Lernen/ Interkulturelles Training. München/ Mering (3), 157-168

Clermont, A./ Schmeisser, W./ Krimphove, D. (Hg.) 2001: Strategisches Personalmanagement in globalen Unternehmen. München

Clyne, Michael 1993: Pragmatik, Textstruktur und kulturelle Werte. Eine interkulturelle Perspektive. In: Schröder, Hartmut (Hrsg.), Fachtextpragmatik. Tübingen, 3-18

De Cort, Josef/ Hessmann, Pierre 1977: Die wissenschaftliche Fachsprache der Wirtschaft - Eine Untersuchung ihrer syntaktischen und syntaktisch-lexikalischen Merkmale. In: *Linguistica Antverpiensia* 11.1977, 27-89. 12. 1978, 233-250. 13. 1979, 55-100

Dmoch, Thomas 2003: Internationale Werbung. Standardisierung in Grenzen. In: Bolten, Jürgen/ Ehrhardt, Claus (Hg.): *Interkulturelle Kommunikation. Texte und Übungen zum interkulturellen Handeln*. Sternenfels, 279-303

Drozd, Lubomir/ Seibicke, Wilfried 1973: *Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache*. Wiesbaden

Dülfer, Eberhard 1983: Die spezifischen Personal- und Kommunikationsprobleme international tätiger Unternehmungen - eine Einführung. In: Dülfer, Eberhard (Hrsg.), *Personelle Aspekte im Internationalen Management*. Kommission Internationales Management im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. Berlin, 1-26

Dülfer, Eberhard 1991.: *Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen*. München

Eberhard, Ch. 2002: Die Analyse von Handlungsregulationen als psychologische Grundlage der bikulturellen Teamentwicklung am Beispiel deutsch-tschechischer Wirtschaftskooperation. In: Janich/ Neuendorff (Hrsg.), 91-129

Ehnert, Rolf (Hrsg.) 2000: *Wirtschaftskommunikation kontrastiv*. Frankfurt a.M. u.a

Ehrhardt, Claus/ Horst, Sabine 2000: Kriterien der Korpuserstellung. In: Bolten, J. (Hg.), *Studien zur internationalen Unternehmenskommunikation*. Waldsteinberg, 185-189

Emmerling, Tanja (Hg.) 2005: *Projekte und Kooperationen im interkulturellen Kontext*. Sternenfels

Engelhard, Johann 1997: *Interkulturelles Management*. Wiesbaden

Fischer, Matthias 1996: *Interkulturelle Herausforderungen im Frankreichgeschäft*. Wiesbaden

Fluck, Hans-Rüdiger 1985: *Fachsprachen*. Tübingen

Galtung, Johan 1985: Struktur, Kultur und intellektueller Stil. In: Wierlacher, A. (Hrsg.), *Das Fremde und das Eigene*. München, 151-193

Gibson, Robert (Hg.) 1998: *International Communication in Business. Theory and Practice*

Gnutzmann, Claus/ Turner, John 1980: *Fachsprachen und ihre Anwendung*. Tübingen

Götz K. (Hg.) 1999: *Interkulturelles Lernen/ Interkulturelles Training*. München/ Mering

Greule, Albrecht/ Janich, Nina 1997: *Sprache in der Werbung*. Heidelberg

Gumperz, John, J. 1977: *The Conversational Analysis of Interethnic Communication*. In: Ross, E.L. (Hrsg.), *Interethnic Communication*. University of Georgia Press

Habermas, Jürgen 1981: Theorie des kommunikativen Handelns. Bd. 2. Frankfurt/Main

Haefele, M. 1977: Anforderungen der betrieblichen Wirklichkeit an die Sprache. In: Muttersprache 87, 86-98

Hasenstab, Michael 1999: Interkulturelles Management. Bestandsaufnahme und Perspektiven. Sternenfels

Henke, Anne-Marie 1989: Zur Geschichte der Betriebslinguistik. In: Klein, Eberhard u.a. (Hrsg.), Betriebslinguistik und Linguistikbetrieb. Bd. 1. Tübingen, 13-20

Hentze J. 1987: Kulturvergleichende Managementforschung. In: Die Unternehmung 41. Nr.3. 170-185

Hinnenkamp, Volker 1989: Interaktionale Soziolinguistik und interkulturelle Kommunikation. Gesprächsmanagement zwischen Deutschen und Türken. Tübingen

Hoffmann, Lothar 1976: Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung. Tübingen

Hoffmann, Lothar 1988: Vom Fachwort zum Fachtext. Beiträge zur angewandten Linguistik. Tübingen

Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert (Hg.) 1998: Fachsprachen – Languages for Special Purposes. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Berlin/ New York

Hofstede, Geert 1980: Culture's Consequences. Beverly Hills u. a.

Holzheuer, Katja 1999: Formen sprachlicher Kommunikation zwischen Hersteller und Handel. Oldenburg

Horst, Sabine 1998: Wortbildung in der deutschen Wirtschaftskommunikation. Waldsteinberg

Höhne, Steffen 1995: Vom kontrastiven Management zum interkulturellen. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 21, 72-103

Höhne, Steffen/ Nekula, Marek (Hg.) 1997: Sprache, Wirtschaft, Kultur. Deutsche und Tschechen in Interaktion. München

Höhne, Steffen 1992: Vorüberlegungen zu einer fachsprachlichen Analytik. Kriterien zur Bestimmung sprachlicher Phänomene im Sprachbereich Wirtschaft. In: Bungarten, Theo (Hg.), Beiträge zur Fachsprachenforschung. Sprache in Wissenschaft und Technik, Wirtschaft und Rechtswesen. (Hamburger Arbeiten zur Fachsprachenforschung; Bd.1) Tosted, 100-114

Hundt, Markus 1995: Modellbildung in der Wirtschaftssprache. Zur Geschichte der Institutionen{ und Theoriesprachen der Wirtschaft. Tübingen

Institut für Auslandsbeziehungen 1997: Interkulturelles Management. Annotierte Literaturauswahl. Frankfurt

Jahnke, Ralph 1996: Wirtschaftlichkeitsaspekte interkultureller Kommunikation. Interkulturelle Kommunikation in international tätigen Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung von Führungskräften, Berlin

Janich, Nina 1999: Werbesprache. Ein Arbeitsbuch. Tübingen

Janich, Nina/ Neuendorff, Dagmar (Hg.) 2002: Verhandeln, kooperieren, werben. Beiträge zur interkulturellen Wirtschaftskommunikation. Wiesbaden

Jia, Wenjian/ Tan, Jinfu (Hg.) 2005: Kommunikation mit China. Fft./M. u.a.

Jia, Wenjian 2002: Werbegeschichte als Kommunikationsgeschichte. Analyse der Anzeigenwerbung im „Spiegel“ 1947 – 1990. Göttingen

Kammhuber, S. 2001: Interkulturelle Trainingsforschung. Bestandsaufnahme und Perspektiven. In: Bolten, Jürgen/ Schröter, Daniela (eds.), Im Netzwerk interkulturellen Handelns. Theoretische und praktische Perspektiven der interkulturellen Kommunikationsforschung. Sternenfels, 78-93

Kammhuber, Stefan 2003: Anforderungen an interkulturelles Management. In: Wirtschaftspsychologie [www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de/ Material/02_2003/26.pdf](http://www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de/Material/02_2003/26.pdf)

Karmasin, Matthias/ Winter, Carsten (Hg.) 2003: Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden

Kaufhold, K.,H. 1996: Zur Entwicklung des Wirtschaftsstildenkens in Deutschland. In: Klump, R. (Hg.), Wirtschaftsstruktur, Wirtschaftsstil und Wirtschaftsordnung: Methoden und Ergebnisse der Wirtschaftskulturforschung. Marburg, 21-38

Keim, Lucrecia 1994: Interkulturelle Interferenzen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation. Fft./ M.

Keller, Petra 1997: Der innerbetriebliche Zielvereinbarungsdiallog als ergebnisorientiertes Führungsinstrument : eine linguistische Analyse. Münster u.a.

Kelz, Heinrich P. 2001: Interkulturelle Kommunikation und Wirtschaftsdeutsch-Didaktik. In: Germanistisches Jahrbuch der GUS „Das Wort“ 2000/2001, 247-262

Kiechl, Rolf 1990: Ethnokultur und Unternehmungskultur. In: Die Unternehmenskultur: ihre Grundlagen und ihre Bedeutung für die Führung der Unternehmung.

Kirchmeyer, Susanne 2000: Britische Werbekommunikation im Wandel: eine Untersuchung des Zusammenhangs zwischen kommunikativem und soziokulturellem Wandel am Beispiel von Anzeigen aus der Radio Times aus dem Zeitraum 1951 - 1991. Erfurt

Kloss, Günther 1989: Bedarf und Probleme aus britischer Sicht. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache. Bd. 15. München, 211-224

Kluge, Friedrich (1967): Etymologisches Wörterbuch. 20. Aufl. Berlin

Kluge, Friedrich (1989): Etymologisches Wörterbuch. 22. Aufl. Berlin u.a.

Knapp, Karlfried/ Enninger, Werner/ Knapp-Potthof, Annelie (Hrsg.) 1987: Analyzing Intercultural Communication. Berlin, New York, Amsterdam

Knapp, Karlfried 1995: "Interkulturelle Kommunikationsfähigkeit als Qualifikationsmerkmal für die Wirtschaft". In: Bolten, Jürgen (Hrsg.), Cross Culture - Interkulturelles Handeln in der Wirtschaft. Sternenfels, 8 – 23

Koch, Andreas 1997: Die historische Wirtschaftslinguistik vor dem Hintergrund der Weltwirtschaftskrise in Deutschland. In: Bungarten, Theo (Hg.), Aspekte der Unternehmungskultur und Unternehmensidentität in der historischen Wirtschaftslinguistik. (Beiträge zur Wirtschaftskommunikation; Bd. 1.) Tosted

Konradt, U./ Hertel, G./ Behr, B. 2002: Interkulturelle Managementtrainings – Eine Bestandsaufnahme von Konzepten, Methoden und Modalitäten in Deutschland. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie, 33, 197-207

Kramer, Wolfgang; Weiss, Reinhold 1992: Fremdsprachen in der Wirtschaft. Ein Beitrag zu interkultureller Kompetenz. Köln

Krämer, Lina 2002: Was ist Wirtschaftssprache? Semantische Spezifik der wirtschaftlichen Termini gegenüber den gemeinsprachlichen Lexemen. Marburg

Krejci, Tomas 1941: Zum syntaktisch-stilistischen Problem der Wirtschaftssprache. Berlin

Kumar, Nino 1988: Interkulturelle Managementforschung. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium 17. H.8. 389-394

Kutschker, M. & Schmid, S. 2002: Internationales Management. München.

Kühlmann, Torsten M. 2004: Auslandseinsatz von Mitarbeitern. Göttingen

Levy, Hermann 1931: Sprache und Wirtschaftswissenschaft. In: Neuphilologische Monatschrift 2., 35-47

Lo, Daniel 2005: Die Bedeutung kultureller Selbst- und Fremdbilder in der Wirtschaft. Zum Wandel des Deutschlandbildes in Taiwan 1960 – 2000. Sternenfels

Lück, W./ Trommsdorff, V. 1982: Internationalisierung der Unternehmung als Problem der Betriebswirtschaftslehre. Berlin

Macharzina, K. 2002: Handbuch Internationales Management: Grundlagen – Instrumente – Perspektiven. Wiesbaden

Macharzina, Klaus 2003: Interkulturelle Unternehmensführung. In: In: Bolten, Jürgen/ Ehrhardt, Claus (Hg.), Interkulturelle Kommunikation. Texte und Übungen zum interkulturellen Handeln. Sternenfels, 309-363

Mauritz, Helmut 1996: Interkulturelle Geschäftsbeziehungen. Wiesbaden

Merten, K. 1977: Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse. Opladen

Messing, Ewald E.J. 1928: Methoden und Ergebnisse der wirtschaftssprachlichen Forschung. Utrecht

Montiel, Javier 2001: Vier Arten einen Schnaps zu vermarkten: zur Werbegeschichte von Anís del Mono (1940-2000). In: Interculture-Online 1/ 2001

Moosmüller, Alois 1997: Kulturen in Interaktion. Deutsche und US-amerikanische Firmenentsandte in Japan. Münster

Moosmüller, Alois 1998: Interkulturelle Kommunikation und globale Wirtschaft. Zu den Risiken und Chancen von kultureller Differenz. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 94, 189-207

Moosmüller, Alois (Hg.) 2002: Interkulturelle Kommunikation in der Diaspora. Die kulturelle Gestaltung von Lebens- und Arbeitswelten in der Fremde. Münster u.a.

Moosmüller, Alois 2004: Das Kulturkonzept in der Interkulturellen Kommunikation aus ethnologischer Sicht. In: Lüsebrink, H.-J.(Hg.): Konzepte der Interkulturellen Kommunikation, 45-67

Mönikheim, S. 1998: Die Entwicklung des interkulturellen Managements am Beispiel der Dasa. In: Barmeyer, Christoph./Bolten, Jürgen (eds.), Interkulturelle Personalorganisation. Sternenfels/ Berlin, 107-122

Müller, Bernd-Dietrich 1991: Die Bedeutung der interkulturellen Kommunikation für die Wirtschaft. In: Müller, Bernd-Dieter (Hrsg.), Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Studium Deutsch als Fremdsprache - Sprachdidaktik. Bd. 9. München, 27-52

Müller, Stefan/ Gelbrich, Katja 2004: Interkulturelles Marketing. München

Müller, Wendelin G. 1997: Interkulturelle Werbung. Heidelberg

Müller-Jacquier, B./Thije, J. D. ten 2000: „Interkulturelle Kommunikation: interkulturelles Training und Mediation“, In: Becker Mrotzek, M./Brünner, G./Cölfen, H. (Hrsg.): Linguistische Berufe (FAL 37), Frankfurt/M 39-58

Müller-Jacquier, Bernd 2000: Linguistic Awareness of Cultures. Grundlagen eines Trainingsmoduls In: Bolten, Jürgen (Hg.) Studien zur internationalen Unternehmenskommunikation. Waldsteinberg, 20-49

Müller-Jacquier, Bernd 2004: „Cross Cultural“ versus Interkulturelle Kommunikation. Methodische Probleme der Beschreibung von Inter-Aktion. In: Lüsebrink, H.-J.(Hg.), Konzepte der Interkulturellen Kommunikation, 69-114

Nagels, Kerstin 1995: Interkulturelle Kommunikation in der Deutsch-Chinesischen Zusammenarbeit. Bremen

Naumann, Ingo/ Bleich, Susanne/ Jia Wenjian/ Schneider, Franz 2003: Kommunikation in der globalen Wirtschaft. Frankfurt am Main u.a., 33-47

Niedermeyer, M. 2001: Interkulturelle Trainings in der deutschen Wirtschaft: Eine Bestandsaufnahme. In: Bolten, Jürgen/ Schröter, Daniela (Hg.), Im Netzwerk interkulturellen Handelns. Theoretische und praktische Perspektiven der interkulturellen Kommunikationsforschung. Sternenfels, 62-77

Nielsen, Martin (Hg.) 2003: Wirtschaftskommunikation im Wandel: Dynamik, Entwicklung und Prozessualität. Wiesbaden

Nielsen, Martin 2002: PKW-Anzeigen als Kulturanzeiger: eine Relativierung bestehender deutscher und dänischer nationalkultureller Stereotype. In: Schmidt, Ch. M. (Hrsg.) 2002: Wirtschaftsalltag und Interkulturalität. Fachkommunikation als interdisziplinäre Herausforderung. Wiesbaden, 65-79

Nordman, J. 2002: Kulturunterschiede in der Marketingkommunikation am Beispiel deutscher, schwedischer und US-amerikanischer Betriebsbroschüren eines internationalen Unternehmens. In: Janich/ Neuendorff (Hg.) 2002, Verhandeln, kooperieren, werben. Beiträge zur interkulturellen Wirtschaftskommunikation. Wiesbaden 31-57

Nováková, S. 2002: Interkulturelle Aspekte in der deutsch-slowakischen Wirtschaftskommunikation. In: Schmidt (Hrsg.), 171-182

Nuopponen, Anita u.a. (Hg.) 2002: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Forschungsobjekte und Methoden, Vaasa

Ohnacker, Klaus 1992: Die Syntax der Fachsprache Wirtschaft im Unterricht Deutsch als Fremdsprache. Werkstattreihe Deutsch als Fremdsprache. Bd. 39. Frankfurt/Main u.a.

Oksaar, Els 1983: Fachsprachen, interaktionale Kompetenz und Kulturkontakt. In: Kelz, H.P. (Hrsg.), Fachsprache. Bonn

Oksaar, Els 1991: Problematik im interkulturellen Verstehen. In: Müller, Bernd-Dieter (Hrsg.), Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Studium Deutsch als Fremdsprache - Sprachdidaktik. Bd. 9. München, 13-26

Ouchi, W., 1981: Theory Z. How American Business can meet the Japanese challenge. Reading/ Mass.

Pascale, R./ Athos, A. 1981: The Art of Japanese Management. Applications for American Executives. New York

Pausenberger, Ehrenfried 1983: Die Besetzung von Geschäftsführerpositionen in ausländischen Tochtergesellschaften. In: Dülfer, Eberhard (Hrsg.), Personelle Aspekte im internationalen Management. Kommission Internationales Management im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft. Berlin, 41-60

Pausenberger, Ehrenfried/ Noelle, Gerd F. 1977: Entsendung von Führungskräften in ausländische Niederlassungen. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 29, 346-366

Peña, Jorge / Philipp, Swetlana 2003: Kulturelle Stile und Vorstellungen über ein Land: Chile und seine Produkte mit ausländischen Augen betrachtet. In: Interculture-Online 6/ 2003

Perlitz, Manfred 1993: Internationales Management. Stuttgart/ Jena

Pfohl, H.C./ Buse, H.P.1997: Führung in kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland und Frankreich - Eine kulturvergleichende empirische Untersuchung. In: Engelhardt, J. (Hg.), Interkulturelles Management. Wiesbaden, 261-292

Picht, Heribert 1987: Deutsch für die Wirtschaft. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 13. 1-12

Picht, Robert 1989: Praxisfeld Wirtschaft. Fremdsprachliche und interkulturelle Ausbildung. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 15(1989), 79-81

Picht, Robert 1998: Wirtschaftslinguistik: ein historischer Überblick. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert (Hg.) 1998: Fachsprachen – Languages for Special Purposes. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Berlin/ New York , S.336-341

Piirainen, Ilpo Tapani/ Airismäki, J. 1987: Sprache der Wirtschaftspresse. Untersuchungen zum Sprachgebrauch des "Handelsblattes". Bochum

Pothmann, Achim 1997: Diskursanalyse von Verkaufsgesprächen. Opladen

Rathje, Stefanie 2004: Unternehmenskultur als Interkultur. Entwicklung und Gestaltung interkultureller Unternehmenskultur am Beispiel deutscher Unternehmen in Thailand. Sternenfels

Rathje, Stefanie 2003: Holzhammer und Mimose – Interkulturelles Konfliktverhalten in der deutsch-thailändischen Zusammenarbeit. Interculture-Online 3/2003

Reuter, Ewald/ Schröder, Hartmut/ Tiittula, Liisa 1991: Zur Erforschung von Kulturunterschieden in der internationalen Wirtschaftskommunikation. In: Müller, Bernd-Dietrich (Hrsg.), Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Studium Deutsch als Fremdsprache - Sprachdidaktik. Bd. 9. München, 93-144

Rössler, Martin 2003: Wirtschaftsethnologie. Berlin

Rösch, Olga (Hg.) 1999: Interkulturelle Kommunikation mit polnischen Partnern in Wirtschaft und Wissenschaft. Berlin

Roth, Juliana und Klaus 2001: Interkulturelle Kommunikation. In: Brednich, Rolf W. (Hg.): Grundriss der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie.

Roth, Klaus 2004: Kulturwissenschaften und Interkulturelle Kommunikation: Der Beitrag der Volkskunde zur Untersuchung interkultureller Interaktionen. In: Lüsebrink, H.-J.(Hg.), Konzepte der Interkulturellen Kommunikation, 15-144

Schefold, Bertram 1995: Wirtschaftsstile. 2 Bde. Fft./M.

Schenk, E. 2001: Interkulturelle Kompetenz. In: Bolten, Jürgen/ Schröter, Daniela (eds.), Im Netzwerk interkulturellen Handelns. Theoretische und praktische Perspektiven der interkulturellen Kommunikationsforschung. Sternenfels, 52-61

Scherm, E. 2001: Internationales Management: Eine funktionale Perspektive. München

Schirmer, Alfred 1932: Die Wirtschaftssprache als Spiegel der Wirtschaftsgeschichte. In: Messing, Ewald E.J. (Hrsg.), Zur Wirtschaftslinguistik. Rotterdam, 7-26

Schmeisser, Wilhelm 1991: Personalführung in unterschiedlichen Kulturen. Eine Herausforderung für internationale Unternehmen. In: Zs. Für Führung und Organisation 60(1991), 159-165

Schmidt, Ch. M. (Hrsg.) 2002: Wirtschaftsalltag und Interkulturalität. Fachkommunikation als interdisziplinäre Herausforderung. Wiesbaden (= Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation 2)

Schmidt, Ch.M. 2002a: Kognitive Modelle in der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen im deutsch-finnischen Vergleich. In: Schmidt, Ch. M. (Hrsg.): Wirtschaftsalltag und Interkulturalität. Fachkommunikation als interdisziplinäre Herausforderung. Wiesbaden, 97-117

Scholtes-Schmidt, Gertrude 1986: Die Beschreibung von Wirtschaftsfachsprachen. In: Special - Language Fachsprache 8., 1-2

Scholz, Christian 2004: Der betriebswirtschaftliche Ansatz zur Kulturforschung: Kulturen instrumentalisieren und interpretieren. In: Lüsebrink, H.-J., Konzepte der Interkulturellen Kommunikation, 221-240

Schreier, Claus 2001: Kulturelle Integration grenzüberschreitender Akquisitionen. Osnabrück.

Schröder, Hartmut 1993: Interkulturelle Fachkommunikationsforschung. Aspekte kulturkontrastiver Untersuchungen schriftlicher Wirtschaftskommunikation. In: Bungarten, Theo (Hg.), Fachsprachentheorie: FST. Bd. 1. Tostedt, 517-550

Sell, Axel 1994: Internationale Unternehmenskooperationen. München, Wien

Siebenschein, Hugo 1936: Abhandlungen zur Wirtschaftsgermanistik. Prag

Simmet-Blomberg, H. 1998: Interkulturelle Marktforschung im europäischen Transformationsprozess. Stuttgart

Spillner, Bernd 1982: Stilanalyse semiotisch komplexer Texte. Zum Verständnis von sprachlicher und bildlicher Information in Werbeanzeigen. In: Kodikas, Code, Ars Semeiotica 4/5., 91-106

Stahl, Günter 1998: Internationaler Einsatz von Führungskräften. München

Stahl, Günter K./ Mayrhofer, Wolfgang/ Kühlmann, Torsten M. (Hg.) 2005: Internationales Personalmanagement. Neue Aufgaben, neue Lösungen. München/ Mering

Stahl, G. 2001: Management der sozio-kulturellen Integration bei Unternehmenszusammenschlüssen und -übernahmen. In: Die Betriebswirtschaft (DBW) 1/2001, 61-80

Steinmann, Horst/ Scherer, Andreas G. (Hg.) 1998: Zwischen Universalismus und Relativismus. Philosophische Grundlagenprobleme des interkulturellen Managements. Frankfurt/ M.

Straehle, Jochen (Hg.) 2003: Interkulturelle Mergers & Acquisitions. Eine interdisziplinäre Perspektive. Sternenfels

Straehle, Jochen 2004: Cultural Due Diligence. Marburg

Stüdlein, Y. 2000: Interkulturelle Post Merger Integration: Die Kunst, zu einem erfolgreichen Ganzen zusammenzuwachsen. In: M&A Review, 4/2000, 138-145

Stüdlein, Yvonne 1997: Management von Kulturunterschieden. Wiesbaden

Thomas, Alexander 1988: Untersuchungen zur Entwicklung eines interkulturellen Handlungstrainings in der Managerausbildung. In: Psychologische Beiträge 30, 1-2/1988: 147-165

Thomas, Alexander (Hg.) 2003: Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation. 2 Bde., Göttingen

Thomas, A. 1992a: Aspekte interkulturellen Führungsverhaltens. In: Bergmann, N. u.a. (Hrsg.), Interkulturelles Management. Heidelberg, 35-58

Thomas, A. (Hrsg.) 1996: Psychologie interkulturellen Handelns. Göttingen u.a.

Trompenaars, F. 1994: Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business. Chicago

Tjitra, Hora W. 2001: Synergiepotenziale und interkulturelle Probleme. Chancen und Herausforderungen am Beispiel deutsch-indonesischer Arbeitsgruppen. Wiesbaden

Tschöcke, Kerstin 1999: Besonderheiten der chinesischen Wirtschaftskultur und ihr Einfluss auf die interkulturelle Kommunikation mit ausländischen Geschäftspartnern. In: Rösch, Olga (Hg.), Interkulturelle Kommunikation mit chinesischen Partnern in Wirtschaft und Wissenschaft. Berlin, 53-72

Tylek-Hydrinska, E. 2000: Interkulturelle deutsch-polnische Wirtschaftskommunikation. Probleme und Mißverständnisse im Geschäftsalltag. In: Ehnert, R. (Hrsg.): Wirtschaftskommunikation kontrastiv. Frankfurt a.M. u.a. (= Werkstattreihe Deutsch als Fremdsprache 67), 159-188

Udeani, Chibueze C. 2002: Theologie Interkulturell. Lediglich eine Akzentverschiebung vom Adjektiv zum Adverb? In: SaThZ 6 (2002), 94-96

Usunier, C. 1993 : Interkulturelles Marketing. Wiesbaden

v. Keller, E. 1982: Management in fremden Kulturen: Ziele, Ergebnisse und methodische Probleme der kulturvergleichenden Managementforschung. Berlin

v. Helmolt, K. 1997: Kommunikation in internationalen Arbeitsgruppen. München

von Hahn, Walter 1983: Fachkommunikation. Berlin

von Hahn, Walter (Hrsg.) 1981: Fachsprachen. Darmstadt

Wagner, H. 1988: Lexecon - Lexeminventar der französischen Wirtschaftssprache. In: Kalverkämper, Hartwig (Hrsg.), Fachsprachen in der Romania. Tübingen, 264-280

Warthun, Nicole 1997: Zur Bedeutung von interkultureller Kommunikation für ein deutsches Industrieunternehmen. Eine Untersuchung zu den Erfahrungen von Mitarbeitern der Thyssen Stahl AG mit interkultureller Kommunikation. Bochum

Watzlawick, P. (Hrsg.) u.a. 1990: Menschliche Kommunikation. Bern, 8.Auflage

Weingarten, E./ Sack, F. (Hrsg.) 1976: Ethnomethodologie: Beiträge zu einer Soziologie des Alltagshandelns. Frankfurt/ M.

Weiß, Reinhold 1992: Fremdsprachen in der Wirtschaft: Bedarf und Qualifizierung. In: Kramer, Wolfgang/ Weiß, Reinhold (Hrsg.), Fremdsprachen in der Wirtschaft. Ein Beitrag zu interkultureller Kompetenz. Köln, 77-178

Welge, M. & Holtbrügge, D. 2001: Internationales Management. Landsberg/Lech

Wierlacher Alois 1999: Interkulturalität. In: de Berg, Henk/ Prangel, Matthias (Hg.), Interpretation 2000. Positionen und Kontroversen. Heidelberg, 155-181

Wierlacher, Alois/ Wolff, Klaus Dieter 1996: Akademie für interkulturelle Studien. Eine neue Institution der Wissenschaftlichen Weiterbildung. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 22 (1996), 199-210

Witzer, Brigitte 1992: Kommunikation in Konzernen. Konstruktives Menschenbild als Basis neuer Kommunikationsstrukturen. Opladen

Zhao, Jin 2002: Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein didaktisches Modell. Tübingen

Zhu, Jinyang u.a. 1996: Struktur und Funktion der Titel von Wirtschaftskommentaren – eine kontrastive Studie (deutsch – chinesisch). In: Schoenke, Eva (Hg.), Wirtschaftskommentare. Berlin