

INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION

(Jürgen Bolten, Jena)

in: L.R.Tsvasman (Hg.): Das große Lexikon Medien und Kommunikation.. Würzburg 2006, 167-170

Als Gegenstandsbereich bezieht sich Interkulturelle Wirtschaftskommunikation (IWK) auf wirtschaftsbezogenes kommunikatives Handeln zwischen Interaktionsteilnehmern mit unterschiedlicher kultureller Herkunft. Handlungsfelder, in denen kulturelle Differenzen von besonders großer Tragweite sein können, sind unter anderem die Bereiche Führung und Organisation, Marketingkommunikation und interne Unternehmenskommunikation. Hierauf konzentriert sich im Wesentlichen auch das Augenmerk der interkulturellen Wirtschaftskommunikationsforschung. Fragestellungen der Forschung beziehen sich u.a. auf die lingua-franca-Verwendung in internationalen Unternehmen, auf Probleme des Terminologiemangels und der (technischen) Übersetzung oder auch auf Aspekte der internationalen Standardisierbarkeit von Produkten interner und externer der Unternehmenskommunikation (z.B. Werbung, Geschäftsberichte, Unternehmensleitlinien).

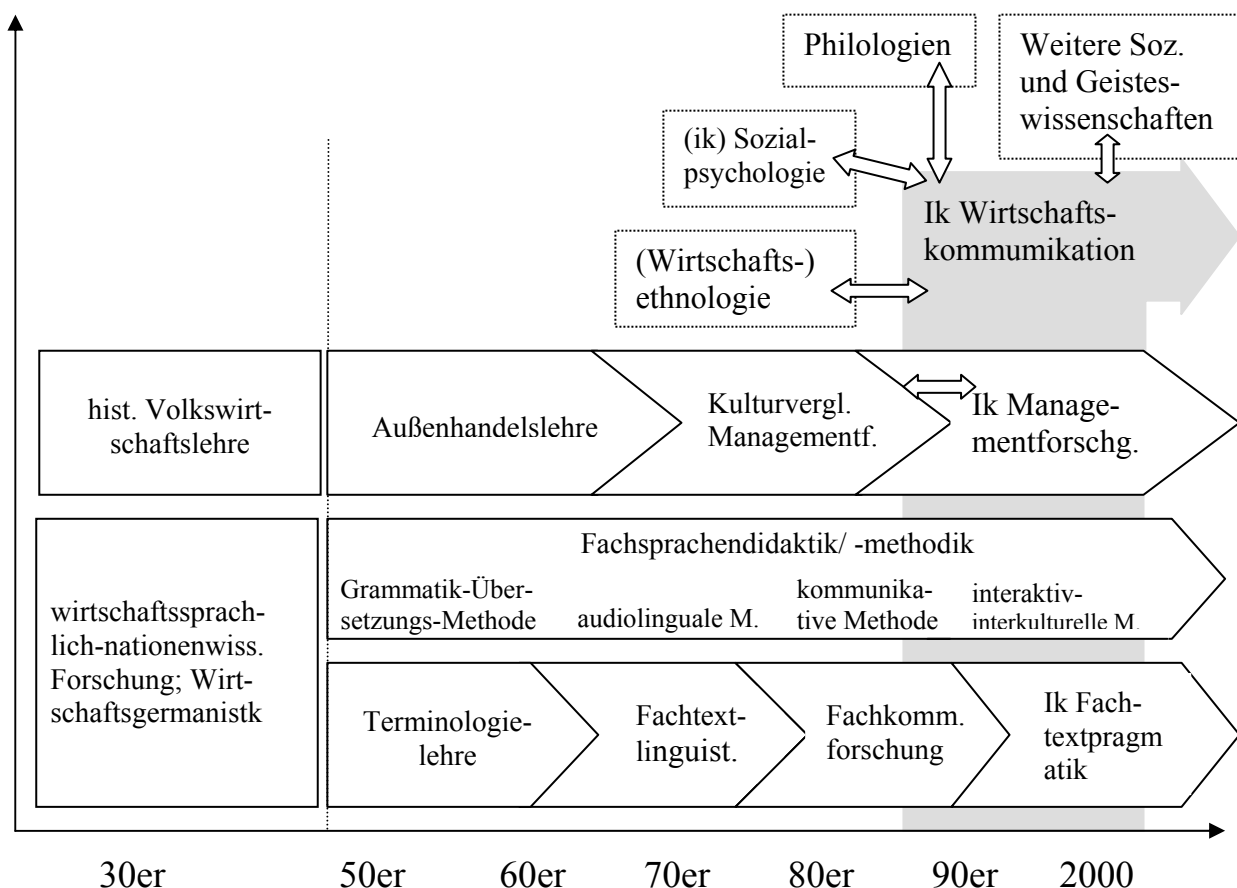
Als Schnittstellen- oder Querschnittfach wurde „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ erstmals 1992 an der Universität Jena institutionalisiert (Bolten 2003). Die Bezeichnung „IWK“ ist erstmals im Rahmen philologischer Fachsymposien nachweisbar, die 1989/1990 an den Universitäten Bayreuth, Vaasa und Düsseldorf durchgeführt wurden (B.-D.Müller 1991, Reuter/Schröder/Tiittula 1991, Bolten 1992).

Der Sache nach hatte es ausgehend von der Wirtschaftslinguistik (Messing 1932, Schirmer 1932) und der Volkswirtschaftslehre (Levy 1931) vergleichbare Anstrengungen bereits in den zwanziger und frühen dreißiger Jahren des 20.Jhdts. gegeben. Seinerzeit gelang es allerdings nur in sehr begrenztem Umfang Lehrstühle für eine "wirtschaftssprachlich-nationalwissenschaftliche Ausbildung" einzurichten (Messing 1928, 17). Der Beginn der nationalsozialistischen Herrschaft markierte das frühzeitige Ende entsprechender Initiativen und bewirkte z.B. in der Germanistik eine sukzessive Abkehr von gesellschaftlich oder kulturwissenschaftlich motivierten Fragestellungen. Erst im Rahmen des ökonomischen, politischen und (medien-)technologischen Internationalisierungsschubs des letzten Jahrhundertdrittels wurde erneut deutlich, dass eine rein terminologieorientierte Ausbildung in Wirtschaftsfremdsprachen nicht ausreichen würde um international erfolgreich handeln zu können – zumal „langsame“ mediale Formen wie die in den 60er Jahren noch dominierende briefliche Handelskorrespondenz rasch durch schnellere und direktere Übertragungskanäle wie Fax, Telefon, Internet und face-to-face-Meetings abgelöst wurde. Notwendig erschien es daher, den Lerner „gleichzeitig mit den Fragen interkulturellen Verstehens und anderen Komponenten der interaktionalen Kompetenz vertraut machen, ihm soziales Handeln in neuen soziokulturellen Rahmen vermitteln" (Oksaar 1983, 42).

Die damit verbundenen Anforderungen richteten sich aus der Praxis heraus unmittelbar an den Wirtschaftsfremdsprachenunterricht, der sich bis zu den neunziger Jahren dann immer deutlicher vom terminologieorientierten Fachsprachenunterricht hin zum interkulturell-interaktiven Wirtschaftskommunikationsunterrichts entwickelte. Forschungsfragen, die von der konventionellen Fachsprachendidaktik nicht mehr beantwortet werden konnten, führten zu Schnittstellenbildungen mit anderen Fachdisziplinen. Dies waren u.a. in den Wirtschaftswissenschaften die in Deutschland seit Beginn der achtziger Jahre etablierte kulturvergleichende Managementforschung (v.Keller 1982) und die Wirtschaftsstilforschung (Ammon 1994), in der Sprachwissenschaft die „interkulturelle Fachtextpragmatik“ (Schröder 1993, Clyne 1993) bzw. die interkulturelle Diskursanalyse. Weitere Schnittstellen boten (und bieten) Wirtschaftsethnologie, kulturvergleichende Psychologie, „landeskundliche“ Arbeiten

der Fremdsprachenphilologien sowie die ebenfalls sehr stark interdisziplinär konstituierte interkulturelle Trainingsforschung.

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“. 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 (u.a. Barmeyer/ Bolten 1998, Clermont/ Schmeisser/ Krimphove 2001, Stahl/ Mayrhofer/ Kühlmann 2005).

Ähnliches gilt für die meisten aktuellen Studien zur „Interkulturellen Organisationslehre“

(Stüdlein 1997, Straehle 2003, Rathje 2004, Emmerling 2005), und auch neuere Arbeiten zum „Interkulturellen Marketing“ geben nicht unbedingt auf Anrieb zu erkennen, ob es sich bei den Verfassern um Wirtschafts- oder Kommunikations- bzw. Medienwissenschaftler handelt (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. 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 Kommunikationswissenschaftlern, für die der Gegenstandsbereich „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ inzwischen einen mehr oder minder umfangreichen und eigenständigen Teil ihres Arbeitsgebietes einnimmt.

Vor dem Hintergrund der aktuellen Umstrukturierung der Hochschullehre und –forschung zeichnet sich ab, dass interkulturelle Wirtschaftskommunikationsforschung künftig am effektivsten in sowohl interkulturell als auch interdisziplinär strukturierten Kompetenzzentren realisierbar ist. Studienorganisatorisch scheint eine Tendenz dahin zu gehen, IWK aufbauend auf Grundkenntnissen in einer oder mehrerer der genannten Mutterdisziplinen als Master- oder Promotionsstudiengang anzubieten.

Literatur

- Adler, N. J. (1980), Cultural Synergy: The Management of Cross-Cultural Organizations, in: Burke, W./ Goodstein, L.D. (Hrsg.): Trends and Issues in OD. San Diego, 163-184.*
- Ammon, G. (1994), Der französische Wirtschaftsstil. München.**
- Apfelthaler, G. (1999), Interkulturelles Management. Wien.*
- Barmeyer, C./ Bolten, J. , Hrsg. (1998), Interkulturelle Personalorganisation. Sternenfels/ Berlin.**
- Baumann, K.-D./ Kalverkämper, H. (1992), Kontrastive Fachsprachenforschung. Tübingen.**
- Bergemann, B./ Bergemann, N. (2005), Interkulturelle Managementkompetenz Anforderungen und Ausbildung. Berlin/ Heidelberg.**
- Bolten, J. (1992), Interkulturelles Verhandlungstraining. In: Jahrbuch DaF 18, 269-287.**
- Bolten, J. (2000): 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, J. (Hrsg.), Studien zur internationalen Unternehmenskommunikation, Waldsteinberg, 82-107.**
- Bolten, J. (2003), Wirtschaftssprache und Interkulturelle Wirtschaftskommunikation, in:A.Wierlacher (Hrsg.), Handbuch Interkulturelle Germanistik. Stuttgart 175-182.**

Brünner, G. (2001): *Gespräche in der Wirtschaft*. In: Brinker, K. (Hrsg.), *Text- und Gesprächslinguistik - Linguistics of Text and Conversation. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. et al. 2. Halbband.: Gesprächslinguistik, Berlin / New York, 1526 – 1540.*

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

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

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

Emmerling, T., Hrsg., (2005), Projekte und Kooperationen im interkulturellen Kontext. Sternenfels.

Hasenstab, M. (1999), Interkulturelles Management. Bestandsaufnahme und Perspektiven. Sternenfels.

Henke, A.-M. (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.

Höhne, S. (1995), Vom kontrastiven Management zum interkulturellen. In: *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 21, 72-103.*

Janich, N./ Neuendorff, D. Hrsg. (2002), Verhandeln, kooperieren, werben. Beiträge zur interkulturellen Wirtschaftskommunikation. Wiesbaden.

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

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

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

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

Kramer, W.; Weiss, R. (1992): *Fremdsprachen in der Wirtschaft. Ein Beitrag zu interkultureller Kompetenz. Köln.*

Levy, H. (1931), Sprache und Wirtschaftswissenschaft. In: Neuphilologische Monatschrift 2., 35-47.

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

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

Müller, S./ Gelbrich, K. (2004): Interkulturelles Marketing. München.

Müller-Jacquier, B. (2000): *Linguistic Awareness of Cultures. Grundlagen eines Trainingsmoduls* In: Bolten, J. (Hrsg.) *Studien zur internationalen Unternehmenskommunikation. Waldsteinberg, 20-49.*

- Oksaar, Els (1983), Fachsprachen, interaktionale Kompetenz und Kulturkontakt. In: Kelz, H.P. (Hrsg.), Fachsprache. Bonn**
- Picht, Robert (1989): Praxisfeld Wirtschaft. Fremdsprachliche und interkulturelle Ausbildung. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 15, 79-81.
- Rathje, S. (2004): Unternehmenskultur als Interkultur. Entwicklung und Gestaltung interkultureller Unternehmenskultur am Beispiel deutscher Unternehmen in Thailand. Sternenfels.**
- Reuter, E./ Schröder, H./ Tiittula, L. (1991), Zur Erforschung von Kulturunterschieden in der internationalen Wirtschaftskommunikation. In: Müller, Bernd-Dietrich (Hrsg.), Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Studium Deutsch als Fremdsprache – Sprachdidaktik, 9, München, 93-144.**
- Rössler, M. (2003), Wirtschaftsethnologie. Berlin.
- Schirmer, A. (1932), Die Wirtschaftssprache als Spiegel der Wirtschaftsgeschichte. In: Messing, Ewald E.J. (Hrsg.), Zur Wirtschaftslinguistik. Rotterdam, 7-26.**
- Schmidt, Ch. M. (Hrsg.) 2002: Wirtschaftsalltag und Interkulturalität. Fachkommunikation als interdisziplinäre Herausforderung. Wiesbaden.
- Schröder, H. (1993), Interkulturelle Fachkommunikationsforschung. Aspekte kulturkontrastiver Untersuchungen schriftlicher Wirtschaftskommunikation. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), Fachsprachentheorie: FST.,1. Tostedt, 517-550.**
- Stahl, G. K./ Mayrhofer, W./ Kühlmann, T. M. Hrsg. (2005), Internationales Personalmanagement. Neue Aufgaben, neue Lösungen. München/ Mering.**
- Straehle, J. Hrsg. (2003), Interkulturelle Mergers & Acquisitions. Eine interdisziplinäre Perspektive. Sternenfels.**
- Stüdlein, Y. (1997), Management von Kulturunterschieden. Wiesbaden.**
- Thomas, A. (1988): Untersuchungen zur Entwicklung eines interkulturellen Handlungstrainings in der Managerausbildung. In: Psychologische Beiträge 30, 1-2, 147-165.
- Thomas, A. Hrsg. (1996), Psychologie interkulturellen Handelns. Göttingen u.a.
- v. Keller, E. (1982), Management in fremden Kulturen: Ziele, Ergebnisse und methodische Probleme der kulturvergleichenden Managementforschung. Berlin.**

T: Bolten, Hasenstab, Müller, Schröder

P: Bergemann/ Bergemann, Emmerling, Janich/ Neuendorff

Jürgen Bolten