

**Inhaltsverzeichnis**

<b>VORWORT .....</b>	<b>1</b>
<b>INHALTSVERZEICHNIS .....</b>	<b>3</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>9</b>
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>11</b>
<b>TEIL A EINLEITUNG .....</b>	<b>13</b>
<b>1. PROBLEMSTELLUNG .....</b>	<b>13</b>
1.1 Die deutsch-ungarische Wirtschaftskommunikation.....	16
<b>2. ZIELSETZUNG .....</b>	<b>17</b>
2.1 Grenzen der Studie.....	18
<b>3. AUFBAU DER ARBEIT .....</b>	<b>20</b>
<b>TEIL B THEORETISCHE FUNDIERUNG.....</b>	<b>21</b>
<b>1. KULTURVERSTÄNDNIS UND GRUNDBEGRIFFE.....</b>	<b>21</b>
1.1 Grundlagen des Kulturbegriffs.....	21
1.2 Zugrundeliegende Kulturkonzeptionen .....	22
1.3 Kulturdefinition.....	24
1.4 Kultur, Nation und Staat.....	25
1.5 Eigenkultur und Fremdkultur: der ethnozentrische Reflex .....	25
1.6 Kultur, Gruppe und Individuum .....	26
1.7 Kultur und Unternehmen .....	27
1.8 Werte, Normen und Einstellungen .....	28
1.9 Erwartungen .....	29
1.10 Tabus.....	29
1.11 Stereotypen.....	31
1.12 Kultur und Kommunikation.....	34

<b>2. OPERATIONALISIERUNG DES KULTURBEGRIFFS.....</b>	<b>34</b>
<b>2.1 Faktoren der unabhängigen Erklärungsvariable „Kultur“ .....</b>	<b>37</b>
2.1.1 Das Kulturmodell von Hofstede .....	39
2.1.1.1 Machtdistanz.....	39
2.1.1.2 Individualismus versus Kollektivismus .....	40
2.1.1.3 Unsicherheitsvermeidung .....	41
2.1.1.4 Maskulinität versus Femininität.....	42
2.1.1.5 Korrelationen zwischen den Dimensionen Machtdistanz und Individualismus / Kollektivismus .....	43
2.1.1.6 Vorzüge des Modells .....	44
2.1.1.7 Kritik an Hofstedes Herangehensweise .....	45
2.1.2 Kommunikative Faktoren .....	46
2.1.2.1 Lexikalische und semantische Ebene.....	47
2.1.2.2 Kontextabhängigkeit: die Stärke des kommunikativen Kontextes .....	48
2.1.2.3 Angebrachte Kommunikationsformen.....	49
2.1.2.4 Themen und Tabuthemen .....	49
2.1.2.5 Kommunikative Stile .....	49
2.1.2.6 Vorrang der Inhaltsebene versus Vorrang der Beziehungsebene .....	50
2.1.2.7 Stereotypen: mentale Bilder der Verallgemeinerung.....	51
2.1.2.8 Körpersprache und nonverbales Verhalten .....	51
2.1.2.9 Zeitverständnis, Umgang mit der Zeit und Zeitorientierung .....	51
2.1.2.10 Raumkonzepte und Umgang mit dem Raum .....	52
<b>2.2 Zusammenfassung relevanter Kulturindikatoren.....</b>	<b>54</b>
<b>TEIL C AUFBAU DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>55</b>
<b>1 METHODISCHER ANSATZ UND ERHEBUNGSSTRATEGIEN .....</b>	<b>55</b>
<b>2 ERHEBUNGSINSTRUMENTE .....</b>	<b>55</b>
2.1 Die schriftliche Befragung.....	55
2.1.1 Stichprobengestaltung.....	56
2.1.1.1 Repräsentativität und Vergleichbarkeit der Stichproben .....	56
2.1.1.2 Funktionale Äquivalenz der Stichproben.....	57
2.1.1.3 Unabhängigkeit der Stichproben.....	58
2.1.2 Zusammenstellung des Fragebogens .....	58
2.1.2.1 Pretest .....	59
2.1.2.2 Transfer der Ausgangsversion ins Ungarische.....	60
2.1.2.3 Reliabilität und Validität des Fragebogens .....	60
2.2 Die mündliche Befragung .....	61
2.2.1 Vorbereitung der Interviews .....	61
2.2.2 Die zwei sprachlichen Versionen des Interviewtextes.....	62
2.2.3 Auswahl der Auskunftspersonen .....	62
2.2.4 Interviewführung .....	62
<b>3 ERMITTLUNG EINZELNER KULTURINDIKATOREN UND HYPOTHESENBILDUNG..</b>	<b>63</b>
<b>3.1 Die Hofstedschen Dimensionen .....</b>	<b>64</b>
3.1.1 Messung der Machtdistanz .....	64
3.1.1.1 Hypothesenbildung .....	65

3.1.2 Messung der Ausprägung von Individualismus.....	67
3.1.2.1 Hypothesenbildung .....	68
3.1.3 Messung der Unsicherheitsvermeidung.....	69
3.1.3.1 Hypothesenbildung .....	69
3.1.4 Messung der Orientierung an Tun-Werten versus Sein-Werten.....	69
3.1.4.1 Hypothesenbildung .....	70
<b>3.2 Identifikation kulturspezifischer kommunikativer Faktoren.....</b>	<b>70</b>
3.2.1 Erfassung von Zeitkonzepten und des Umgangs mit der Zeit .....	71
3.2.2 Erfassung von Raumkonzepten .....	71
3.2.3 Ermittlung von Tabus .....	72
3.2.4 Erfassung von Stereotypen .....	72
<b>3.7 Identifikation weiterer arbeitsrelevanter Indikatoren .....</b>	<b>73</b>
<b>4 DATENERHEBUNG.....</b>	<b>73</b>
<b>4.1 Durchführung der schriftlichen Befragung .....</b>	<b>73</b>
4.1.1 Struktur der Stichprobe.....	74
<b>4.2 Durchführung der Interviews.....</b>	<b>74</b>
<b>4.3 Durchführung der Befragung über Tabus .....</b>	<b>75</b>
<b>4.4 Beobachtungen .....</b>	<b>75</b>
<b>5 ANALYSEVERFAHREN IN DER DATENAUSWERTUNG .....</b>	<b>76</b>
<b>5.1 Auswertung der Fragebögen.....</b>	<b>76</b>
5.1.1 Berechnung der Hofstedschen Dimensionen .....	76
5.1.2 Auswertung der ergänzenden Items.....	77
5.1.3 Auswertung der Antworten über Heterostereotypen (Item 13.) .....	77
<b>5.2 Auswertung der Kurzbefragung über Tabus der eigenen und der fremden Kultur .....</b>	<b>77</b>
<b>5.3 Auswertung des Interviewmaterials.....</b>	<b>78</b>
<b>5.4 Integration eigener Beobachtungen sowie von Ergebnissen anderer empirischen Studien.....</b>	<b>78</b>
<b>TEIL D EMPIRISCHE BEFUNDE.....</b>	<b>79</b>
<b>1 PRÄSENTATION DER UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE UND VON DATEN ANDERER QUELLEN.....</b>	<b>79</b>
<b>1.1 Die Hofstedschen Dimensionen im deutsch-ungarischen Vergleich .....</b>	<b>79</b>
Deutsch-land .....	79
1.1.1 Machtdistanz.....	80
Deut-sche.....	88
1.1.2 Individualismus.....	89
1.1.3 Unsicherheitsvermeidung .....	91
1.1.4 Orientierung an Tun-Werten.....	92

<b>1.2 Weitere Items des Fragebogens: Stellenwert der Arbeit, Beitrag zum Unternehmenserfolg und Motivationsfaktor Geld.....</b>	<b>93</b>
<b>1.3 Die interpersonale Kommunikation.....</b>	<b>96</b>
1.3.1 Die unterschiedliche Akzentuierung der Beziehungs- und Inhaltsebene.....	96
1.3.2. Die Stärke des kommunikativen Kontextes.....	100
1.3.2.1.1 Der Explizitheitsgrad der Kommunikation.....	100
1.3.2.1.2 Informationsbedarf und Informationsaustausch.....	102
1.3.3 Der Direktheitsgrad der Kommunikation.....	105
1.3.4 Problemlösungs-, Argumentations- und Verhandlungsstile.....	107
1.3.5 Umgang mit Kritik und Konfliktbehandlung.....	109
1.3.6 Formalität in der Kommunikation.....	112
1.3.7 Abweichungen in der sprachlichen Etikette.....	112
1.3.7.1 Differenzen im Anredeverhalten.....	113
1.3.7.2 Abweichende Begrüßungsformen.....	115
1.3.7.3 Unterschiede in bezug auf Höflichkeitsformeln.....	116
1.3.8 Körpersprache und nonverbale Verhaltenskonventionen.....	117
1.3.9 Tabus.....	119
1.3.9.1 Tabus der eigenen Kultur.....	119
1.3.9.2 Tabus der fremden Kultur.....	121
1.3.10 Zeitverständnis und Umgang mit der Zeit.....	123
1.3.10.1 Erledigung von Aufgaben.....	123
1.3.10.2 Arbeitszeit.....	124
1.3.10.3 Planung, Termine Fristen und Pünktlichkeit.....	126
1.3.11 Raumorientierung.....	131
1.3.11.1 Umgang mit dem Raum.....	131
1.3.11.2 Mobilität.....	132
1.3.12 Stereotype Vorstellungen im Vergleich.....	134
1.3.12.1 Heterostereotypen der beiden untersuchten Kulturen.....	134
1.3.12.2 Autostereotypen der beiden untersuchten Kulturen.....	138
1.3.12.3 Einfluß von Stereotypen in Interaktionssituationen.....	140
1.3.13 Kulturspezifische Abweichungen in der Lexik und der Semantik.....	142
<b>2 ZUSAMMENFASSUNG SIGNIFIKANTER KULTURUNTERSCHIEDE SOWIE DEREN MANIFESTATIONEN IN INTERAKTIONEN.....</b>	<b>144</b>
<b>2.1 Machtdistanz und Individualismus: Der Kontakt zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern.....</b>	<b>144</b>
<b>2.2 Unsicherheitsvermeidung: Befolgung von Regeln.....</b>	<b>145</b>
<b>2.3 Personenbezug versus Sachbezug: Die Gestaltung interpersonaler Kontakte am Arbeitsplatz und im Geschäftsleben.....</b>	<b>145</b>
<b>2.4 Kommunikative Stile und Informationsvermittlung.....</b>	<b>146</b>
<b>2.5 Umgang mit Konflikten.....</b>	<b>147</b>
<b>2.6 Zeitempfinden.....</b>	<b>148</b>
<b>2.7 Weitere abweichende Kulturmerkmale.....</b>	<b>148</b>
<b>TEIL E VORSCHLÄGE FÜR EINE EFFIZIENTE DEUTSCH-UNGARISCHE ZUSAMMENARBEIT.....</b>	<b>149</b>

<b>1 LÖSUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR ARBEITSRELEVANTE INTERKULTURELLE PROBLEMSITUATIONEN .....</b>	<b>149</b>
<b>1.1 Kommunikation im Arbeitsalltag und Informationsaustausch.....</b>	<b>149</b>
1.1.1 Handlungsempfehlungen für Deutsche.....	149
1.1.2 Handlungsempfehlungen für Ungarn.....	151
<b>1.2 Umgangsformen am Arbeitsplatz und Arbeitsatmosphäre .....</b>	<b>152</b>
1.2.1 Handlungsempfehlungen für Deutsche.....	152
1.2.2 Handlungsempfehlungen für Ungarn.....	154
1.2.3 Der Weg zur Synergie.....	155
<b>1.3 Umgang mit Konflikten und Kritik.....</b>	<b>155</b>
1.3.1 Handlungsempfehlungen für Deutsche.....	155
1.3.2 Handlungsempfehlungen für Ungarn.....	156
1.3.3 Der Weg zur Synergie.....	157
<b>1.4 Planung und Organisation.....</b>	<b>157</b>
1.4.1 Handlungsempfehlungen für Deutsche.....	157
1.4.2 Handlungsempfehlungen für Ungarn.....	158
1.4.3 Der Weg zur Synergie.....	159
<b>2 PERSONALAUSWAHL .....</b>	<b>159</b>
<b>3 VORBEREITUNG AUF DIE BEGEGNUNG MIT DER ANDEREN KULTUR.....</b>	<b>161</b>
<b>4 MARKETINGKOMMUNIKATION: GRENZÜBERSCHREITENDE WERBEBOTSCHAFTEN .....</b>	<b>163</b>
<b>5 ÜBERWINDUNG DER SPRACHBARRIERE .....</b>	<b>166</b>
<b>TEIL F RESÜMEE UND AUSBLICK.....</b>	<b>167</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>169</b>
<b>ANHANG 1: FRAGEBOGEN.....</b>	<b>177</b>
<b>ANHANG 2: TRANSKRIPTIONSZEICHEN .....</b>	<b>183</b>