



Dominika Zdrodowski (Autor)  
**Kulturelle Spezifika der chilenisch-deutschen  
Wirtschaftskommunikation**



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/190>

Copyright:  
Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,  
Germany  
Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1. Ziele und Strukturierung der Arbeit . . . . .	1
<b>2. Begriffliche und theoretische Voraussetzungen</b>	<b>3</b>
2.1. Interkulturelle Kommunikation . . . . .	3
2.2. Der Kulturbegriff . . . . .	5
2.3. Ansätze zur Beschreibung kultureller Spezifika . . . . .	9
2.3.1. Kulturelle Kategorien nach Edward T. Hall . . . . .	10
2.3.2. Kulturdimensionen nach Geert Hofstede . . . . .	11
2.3.3. Kulturdimensionen nach Trompenaars . . . . .	12
<b>3. Methodischer Rahmen</b>	<b>16</b>
3.1. Qualitative und quantitative Sozialforschung im Vergleich . . . . .	16
3.2. Grundprinzipien qualitativer Sozialforschung . . . . .	18
3.3. Das qualitative Leitfadenterview und seine Auswertung . . . . .	19
<b>4. Empirische Untersuchung</b>	<b>21</b>
4.1. Zu meiner Rolle als Forscherin . . . . .	21
4.2. Eingrenzung des Zielbereiches . . . . .	22
4.3. Untersuchungszeitraum und Forschungsdesign . . . . .	22
4.4. Felderschließung und <i>Sampling</i> der Studie . . . . .	23
4.5. Statistisches Profil der Interviewpartner . . . . .	24
4.6. Erhebung . . . . .	26
4.7. Auswertung . . . . .	27
<b>5. Kulturelle Spezifika in der chilenisch-deutschen Wirtschaftskommunikation</b>	<b>28</b>
5.1. Kulturelle Spezifika aus der Sicht der Vertreter deutscher Unternehmen . .	29
5.1.1. Kulturstandard Compadrazgo . . . . .	31
5.1.2. Kulturstandard Personenorientierung . . . . .	33
5.1.3. Hierarchiedenken . . . . .	36
5.1.4. Kulturstandard Klassen- und Statusorientierung . . . . .	42
5.1.5. Gegenwartsorientierung und Improvisation . . . . .	46
5.1.6. Redlichkeit . . . . .	53
5.2. Kulturelle Spezifika aus der Sicht der Vertreter chilenischer Unternehmen . .	59
5.2.1. Kulturstandard Sachorientierung . . . . .	61
5.2.2. Kulturstandard Wertschätzung von Strukturen und Regeln . . . .	64
5.2.3. Kulturstandard Regelerorientierte, internalisierte Kontrolle . . . . .	68
5.2.4. Nachhaltigkeit . . . . .	72
5.2.5. Kommunikation . . . . .	77
5.2.6. Kulturstandard Zeitplanung . . . . .	82
5.2.7. Demokratische Firmenstrukturen . . . . .	85
5.2.8. Kulturstandard Trennung von Lebens- und Persönlichkeitsbereichen	87
<b>6. Kulturelle Spezifika aus der Sicht der Vertreter chilenischer und deutscher Unternehmen im Vergleich</b>	<b>91</b>

<b>7. Einschränkungen und weiterer Forschungsbedarf</b>	<b>96</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>97</b>
<b>Anhang</b>	<b>102</b>

## Abbildungsverzeichnis

2.2. Das Eisbergmodell . . . . .	6
2.2. Horizontale Ebenen von Kultur . . . . .	7

## Tabellenverzeichnis

4.5. Statistisches Profil der Interviewpartner: Chilenische Interviews . . . . .	24
4.5. Statistisches Profil der Interviewpartner: Deutsche Interviews . . . . .	25
5.1. Verteilung der Themen in den deutschen Interview. . . . .	30
5.2. Verteilung der Themen in den chilenischen Interviews. . . . .	60
6 Zusammenfassung der Ergebnisse: Deutsche Interviews . . . . .	92
6 Zusammenfassung der Ergebnisse: Deutsche Interviews . . . . .	94