

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Die Notwendigkeit interkulturellen Verständnisses	10
<b>Kapitel 1: Was ist Kultur?</b>	<b>13</b>
Fallbeispiel: Ein unübliches Verhalten	13
1.1 Theoretische Konstrukte zur Charakterisierung von Kulturen	16
1.2 HOFSTEDES Aspekte von Grundwerten im Beruf	16
1.2.1 Individualismus/Kollektivismus	17
1.2.2 Machtdistanz	17
1.2.3 Wunsch nach Vermeidung von Unsicherheit	18
1.2.4 Männlichkeit/Weiblichkeit	18
1.3 HALLS Kulturen-Modell	19
1.3.1 Kulturen mit kontextungebundener und solche mit kontextabhängiger Kommunikation	19
1.3.2 Gesellschaften mit fester und solche mit flexibler Zeitplanung	20
1.4 Zusammenfassung	22
<b>Kapitel 2: Die Psychologie der Deutschen und der Amerikaner</b>	<b>23</b>
2.1 Die historischen Ursprünge des deutschen Charakters	24
2.2 Historischer Hintergrund des amerikanischen Charakters	25
2.3 Psychologische Charakteristika von Deutschen und Amerikanern	27
2.3.1 Deutsche wirken ernst, Amerikaner sind ›Sonnyboys‹	27
2.3.2 Deutsche bevorzugen geschlossene, Amerikaner offene Räume	33
2.3.3 Die Auffassung der Deutschen und der Amerikaner von Etikette	36
2.3.4 Die deutsche präzise Zeiteinteilung gegenüber der amerikanischen Besessenheit, dass »Zeit Geld ist«	40
2.3.5 Die unterschiedliche Bedeutung der Begriffe ›Freund‹ und ›friend‹	42
2.3.6 Deutsche erledigen Dinge gründlich und effektiv, Amerikaner effizient und sofort	43
2.3.7 Deutsche legen Wert auf Details, Amerikaner auf ›unkonventionelles Denken‹	45
2.3.8 Deutsche haben das Bedürfnis, höchste Leistung zu bringen, Amerikaner wollen Erfolge erzielen	48
2.3.9 Die deutsche Tradition der Bescheidenheit gegenüber dem amerikanischen Streben nach Ansehen	50
2.3.10 Die solide Ausbildung in Deutschland gegenüber dem amerikanischen ›Learn by doing‹	52
2.3.11 Zusammenfassung der psychologischen Charakteristika	54

<b>Kapitel 3: Kulturelle Unterschiede</b>	
<b>in der amerikanischen und der deutschen Geschäftswelt</b>	<b>55</b>
Fallbeispiel: Kann nicht jeder Überstunden machen?	55
3.1 Deutsche sind aufgabenorientiert, Amerikaner ergebnisorientiert	56
3.2 Die enge Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Regierung in Deutschland, ihr gespanntes Verhältnis in den USA	57
3.3 Unternehmensinterner Aufstieg zum Manager in Deutschland im Vergleich zu den amerikanischen »hired guns«	59
3.4 Der Mangel an Arbeitsflexibilität bei Deutschen gegenüber der amerikanischen Mentalität des »can do«	60
3.5 Die deutsche Zurückhaltung gegenüber der Wirtschaft und »the business of America is business«	62
3.6 Deutsche legen Wert auf Geschäfts-»Beziehungen«, Amerikaner auf das »Festhalten am Vertrag«	63
3.7 Die Diskriminierung von Frauen im deutschen Geschäftsleben, »Gleichheit« der Geschlechter in den USA	65
3.8 Die deutsche und die amerikanische Auffassung von Managern	66
3.9 Motivation – Wie unterscheiden sich Deutsche und Amerikaner?	71
3.9.1 Grundvoraussetzungen in der amerikanischen Gesellschaft	71
3.9.2 Grundvoraussetzungen in der deutschen Gesellschaft	72
3.10 Zusammenfassung der kulturellen Unterschiede in der Geschäftswelt	74
<b>Kapitel 4: Geschäftstreffen</b>	<b>75</b>
Fallbeispiel: Ein genau geplantes deutsches Treffen	75
4.1 Amerikanische Geschäftstreffen	75
4.1.1 Eifer, Ergebnisse zu erzielen	75
4.1.2 Induktives Denken	76
4.1.3 Zwanglosigkeit	77
4.1.4 Improvisiertes Denken	77
4.1.5 Gewinnen ist alles	78
4.1.6 Das Poker-Face	79
4.2 Deutsche Geschäftstreffen	80
4.2.1 Ausführliche Hintergrundinformationen sind wichtig	80
4.2.2 Deduktives Denken	80
4.2.3 Förmlichkeiten	81
4.2.4 Sachliche Verkaufsgespräche (»Understated Salesmanship«)	82
4.2.5 Langfristige Ziele	82
4.3 Zusammenfassung	82
4.4 Problembewältigung in deutsch-amerikanischen Teams	83
4.5 Zusammenfassung	87

<b>Kapitel 5: Sprache und Kommunikation</b>	<b>88</b>
Vom Mythos, dass Amerika beinahe ein deutschsprachiges Land wurde	88
5.1 Kommunikation in Deutschland	88
5.1.1 Deutsche schätzen detaillierte Erklärungen	90
5.1.2 Deutsche sind herausfordernd und direkt	90
5.1.3 Hörgewohnheiten der Deutschen	91
5.1.4 Inhalt ist Deutschen wichtiger als Stil	92
5.1.5 Mimik und Körpersprache	92
5.2 Amerikanischer Kommunikationsstil	93
5.2.1 Einfachheit der Kommunikation	93
5.2.2 Amerikaner schätzen Übertreibung und Humor	94
5.2.3 Mimik und Körpersprache	95
5.3 Zusammenfassung	95
5.4 Die deutsche und die amerikanische Kommunikationsweise	96
5.4.1 Privatsphäre/öffentliche Sphäre	97
5.4.2 Amerikanische und deutsche Interaktionen	98
5.4.3 Missverständnisse	99
5.5 Smalltalk	100
<b>Kapitel 6: Rechtssystem und Geschäftsethos</b>	<b>102</b>
Fallbeispiel: BMW wegen Neuanstrichs eines neuen Autos verklagt	102
6.1 Das Rechtssystem in den USA und in Deutschland	102
6.1.1 Amerikas Vorliebe für Prozesse	102
6.1.2 Das amerikanische Geschworenensystem	103
6.1.3 Zusammenfassung des Abschnittes ›Rechtssystem‹	106
6.2 Geschäftsethos in den USA und in Deutschland	107
6.2.1 Die Differenzen zwischen Amerikanern und Europäern hinsichtlich des Geschäftsethos	107
6.2.2 Zusammenfassung des Abschnittes ›Geschäftsethos‹	110
<b>Kapitel 7: Interkulturelle Kompetenz</b>	<b>111</b>
Zusammenfassung: Eigenschaften einer interkulturell kompetenten Person	114
<b>Fallstudien</b>	<b>115</b>
Fall 1: Amerikanische Zwanglosigkeit	115
Fall 2: Auffassung von Respekt	116
Fall 3: Sexuelle Belästigung	118
Fall 4: Verschiedene Auffassungen von Freundschaft	120
Fall 5: Pünktlichkeit	121
Fall 6: Deutsche Gründlichkeit	122
Fall 7: Teamwork	123

Fall 8: Handlungsorientierte Tätigkeiten	125
Fall 9: Smalltalk	126
Fall 10: Autokratische Herrschaft	128
Fall 11: Präsentationsstil	129
Fall 12: Nationalstolz	131
Fall 13: Wörtlich und übertragen gemeinte Äußerungen	133
Fall 14: Das Verlangen nach Lob	135
Fall 15: Amerikanischer Optimismus	136
<b>Bibliografie</b>	<b>138</b>
<b>Über den Autor</b>	<b>140</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>141</b>