

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
Abstrakt	7
Abstract.....	9
Inhaltsverzeichnis	11
Abbildungsverzeichnis	17
Tabellenverzeichnis	19
Abkürzungsverzeichnis	21
1. Einführung.....	23
1.1. Deutsch-chinesischer Kultur- und Historienaus- tausch: ein kurzer Überblick.....	23
1.2. Fragestellung.....	28
1.3. Forschungsmethoden	31
1.4. Gliederung.....	32
2. Theoretische Grundlage und Forschungsstand	35
2.1. Interkulturelle Kommunikation	35
2.1.1. Zum Begriff „Kultur“	35
2.1.2. Geschäftskultur in Deutschland und China.....	38
2.1.2.1. Kommunikationsstil.....	43
2.1.2.2. Zeitorientierung.....	44
2.1.2.3. Machtdistanz und Hierarchie	45
2.1.2.4. Beziehungsorientierung und Sachorientierung.....	46
2.1.2.5. Gesichtswahrung und Ansehen	47
2.1.3. Kommunikation.....	48
2.1.3.1. Definition und Prozess	48
2.1.3.2. Kommunikation und Kultur.....	50
2.2. Nonverbale Kommunikation.....	51
2.2.1. Definition.....	51
2.2.2. Funktionen	54
2.2.2.1. Notwendige Bedingungen zum Überleben und Fortbestehen	54
2.2.2.2. Offenbarung von Emotionen und Identität	54
2.2.2.3. Ersatz und Ergänzung von verbalen Informationen	55
2.2.2.4. Regulierung von Interaktionen	55
2.2.3. Nonverbale Kommunikationskanäle	56
2.2.3.1. Proxemik (Raumnutzung und Distanz)	56

2.2.3.2. Haptik (Berührung).....	57
2.2.3.3. Chronik (Zeitgestaltung).....	58
2.2.3.4. Augenkontakt	59
2.2.3.5. Mimik.....	59
2.2.3.6. Gestik	60
2.2.3.7. Paraverbale Elemente.....	62
2.3. Geschäftsverhandlung.....	63
2.3.1. Definition.....	63
2.3.2. Prozess	63
2.3.3. Interkulturelle Geschäftsverhandlungen	65
2.3.3.1. Merkmale	65
2.3.3.1.1. Orientierung nach gemeinsamen Interessen.....	65
2.3.3.1.2. Unvermeidbarkeit von kulturellen Unterschieden	66
2.3.3.1.3. Verhandlungsteilnehmer sind Schlüsselfaktoren.....	66
2.3.3.1.4. Nonverbale Hinweise als wichtige Informationsquelle	67
2.3.3.2. Herausforderungen.....	67
2.3.3.2.1. Verlust an Selbstbewusstsein	67
2.3.3.2.2. Vorurteile	68
2.3.3.2.3. Reduzierung der Kommunikationseffizienz.....	68
2.3.3.2.4. Finanzielle Belastung	69
3. Nonverbale Kommunikation in deutsch-chinesischen Geschäftsratgebern....	71
3.1. Auswahl der Ratgeberliteratur	71
3.1.1. Begriffserklärung.....	71
3.1.2. Fragestellung	73
3.1.3. Quellen	74
3.2. Nonverbale Eindrücke aus gegenseitigen Betrachtungen	76
3.2.1. Mimik	76
3.2.2. Augenkontakt.....	78
3.2.3. Kopfnicken	79
3.2.4. Händeschütteln	80
3.2.5. Austausch von Visitenkarten	81
3.2.6. Andere Gesten	83
3.2.7. Körperkontakt.....	84
3.2.8. Aussehen.....	86
3.2.9. Zeitgestaltung	87
3.3. Fazit.....	93

4. Empirische Untersuchung (Umfrage)	97
4.1. Vorbereitung	97
4.1.1. Form des Fragebogens	97
4.1.2. Zielgruppe	98
4.1.3. Struktur des Fragebogens	98
4.1.4. Arten der Fragen	99
4.2. Datenerhebung	100
4.2.1. Pretest	100
4.2.2. Verteilung des Fragebogens	100
4.2.3. Gültigkeit	101
4.3. Ergebnisse	101
4.3.1. Basisinformation	101
4.3.2. Erste Kontakte und Begrüßung	111
4.3.2.1. Begrüßungsformen in geschäftlichen Situationen	112
4.3.2.2. Wahrnehmung des Händeschüttelns mit Geschäftsleuten aus dem Zielland	114
4.3.2.3. Einstellung gegenüber Visitenkartenetikette	116
4.3.2.4. Eindruck über Erscheinungsbild	118
4.3.3. Körperliches Verhalten und Details während der Verhandlung	123
4.3.3.1. Verständnis über Gesichtsausdrücke	124
4.3.3.2. Blickkontakt in Verhandlungen	128
4.3.3.3. Körperhaltung und -abstand	131
4.3.3.4. Sprechpause und -geschwindigkeit	134
4.3.3.5. Gesamteindruck	135
4.3.4. Organisation und Gestaltung der Verhandlung	138
4.3.4.1. Arbeitsplanung	138
4.3.4.2. Toleranz für Verspätung	141
4.3.4.3. Zeiteinteilung	143
4.3.4.4. Gesamteindruck	145
4.3.5. Verhandlungsort	149
4.3.5.1. Atmosphäre	149
4.3.5.2. Ortspräferenz	151
4.3.5.3. Informeller Anlass	152
4.3.6. Schlussteil	155
4.4. Fazit	158
5. Empirische Untersuchung (Interview)	161

5.1. Vorbereitung.....	162
5.1.1. Form der Interviews	162
5.1.2. Teilnehmer	162
5.1.3. Einladung.....	162
5.2. Leitfadenfragen	163
5.2.1. Herausforderungen in der Praxis.....	163
5.2.2. Kulturelle Differenzen.....	163
5.2.3. Interkulturelles Verständnis	164
5.3. Datenerhebung	164
5.3.1. Transkription.....	164
5.3.2. Qualitative Inhaltsanalyse	165
5.4. Ergebnisse	166
5.4.1. Herausforderungen	166
5.4.1.1. Kulturelle Differenzen	166
5.4.1.1.1. Kritik und Konfrontation.....	166
5.4.1.1.2. Übernahme von Verantwortung.....	167
5.4.1.1.3. Verständnis von Körpersprache.....	168
5.4.1.1.4. Zeitplanung und Organisation	171
5.4.1.1.5. Smalltalk-Themen	174
5.4.1.1.6. Hierarchie und Autorität	175
5.4.1.1.7. Erwartungslücken durch Stereotype.....	177
5.4.1.2. Sprachbarrieren	178
5.4.1.2.1. Begrenztheit der Fremdsprachenkenntnisse.....	178
5.4.1.2.2. Verständnisbarriere von Dialekten	179
5.4.1.2.3. Fehlende Qualifikation der Übersetzer oder Dolmetscher..	179
5.4.1.2.4. Einschränkungen in der Ausdrucksfähigkeit durch Englisch.....	180
5.4.1.3. Unterschiede in den Geschäftspraktiken.....	181
5.4.1.3.1. Gesetze und Geschäftsvorschriften	181
5.4.1.3.2. Einstellung zu Verträgen und Details	182
5.4.1.3.3. Vertrauensaufbau und -aufrechterhaltung	183
5.4.1.3.4. Einschränkung zum Geschenkwert	184
5.4.1.3.5. Verhandlungsstrategie.....	185
5.4.2. Selbst entwickelte Strategien.....	186
5.4.2.1. Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten	186
5.4.2.2. Geduld mit unterschiedlichen Erkenntnissen	187

5.4.2.3. Kritische Reflexion über eigene Kultur	188
5.4.2.4. Pragmatische Haltung	188
5.4.2.5. Anpassung an fremde Gewohnheiten	189
5.4.3. Änderungen in der Geschäftskultur.....	190
5.4.3.1. Globalisierung der Geschäftskultur	190
5.4.3.2. Vereinfachung der Businessetikette	191
5.4.3.3. Digitalisierung und Technologie.....	192
5.5. Fazit.....	193
6. Schluss.....	199
7. Anhang.....	207
7.1. Buchliste (nach Erscheinungsjahr)	207
7.1.1. Liste der chinesischen Ratgeber.....	207
7.1.2. Liste der deutschen Ratgeber	209
7.2. Fragebogen.....	211
7.2.1. Deutsche Ausgabe	211
7.2.2. Chinesische Ausgabe.....	220
7.3. Einladung zum Interview.....	231
7.4. Demografische Daten der Interviewteilnehmer.....	234
7.5. Kodierungsliste	235
8. Literaturverzeichnis.....	243