



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 |