

Vorwort

■ Wie kam es zum Buch?

Diese Frage erfordert zumindest zwei Antworten. Zum einen wurde bereits mit der Einführung des Bachelorstudienganges Wirtschaftswissenschaften an der Technischen Universität Chemnitz vor knapp 10 Jahren das Fach Interkulturelles Management eingeführt, welches das mit der Fakultätsgründung 1993 etablierte Fach *Grundlagen der interkulturellen Kommunikation und Kooperation* abgelöst hat. In den zurückliegenden Jahren haben wir so umfassende Erfahrungen mit der Vermittlung von Themenfeldern des Interkulturellen Managements sammeln können und zugleich die Erfahrung gemacht, dass es kaum Lehrbücher für Bachelor-Studenten gibt, in denen die uns wichtigen Konzepte und Ansätze des Interkulturellen Managements hinreichend dargestellt werden. So entstand die Idee des Buches. Zum anderen leben wir in turbulenten Zeiten. Die Auswirkungen der Globalisierung zeigen sich in vielfältiger Weise, in zunehmender interkultureller Kooperation von Menschen und Organisationen im In- und Ausland bis hin zur Notwendigkeit der Integration von Flüchtlingen in Deutschland und Europa. Defizite im interkulturellen Wissen und in interkultureller Kompetenz werden dabei oft beklagt, was die Notwendigkeit ihrer systematischen Vermittlung verdeutlicht. Unser Lehrbuch kann hier helfen.

■ Für wen schreiben wir?

Unsere primäre Zielgruppe sind Studierende in Bachelorstudiengängen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Offenheit gegenüber einer Zusammenarbeit in interkulturellen Teams sowie interkultureller Kompetenz gehören zu den von Arbeitgebern erwarteten Einstellungen und Fähigkeiten von Absolventen. Die neue Generation globaler Akteure muss in der Lage sein, Konflikte durch Verhandlung mit Personen unterschiedlicher nationaler Kulturen, Firmidentitäten und Geschäftszielen zu bewältigen. Nicht nur von Wirtschaftsstudenten, sondern auch von zukünftigen Managern wird zunehmend verlangt, sich interkulturelle Kompetenzen anzueignen und diese auszubauen. Insofern kann das Buch auch Studierenden anderer Studiengänge sowie Mitarbeitern in Unternehmen empfohlen werden, die sich einen ersten systematischen Überblick zum Interkulturellen Management verschaffen wollen.

■ Wie kann das Buch dazu beitragen?

Das Buch dient dazu, den Leser für Phänomene der Kultur und des Interkulturellen in ihren verschiedenen Erscheinungsformen, insbesondere in Bereichen

der Wirtschaft und des Managements, zu sensibilisieren sowie Wissen über die zentralen Konzepte des Interkulturellen Managements zu vermitteln. Im Ergebnis sollen die Leser in der Lage sein, kulturelle Besonderheiten in konkreten interkulturellen Begegnungssituationen zu identifizieren, einzuordnen und adäquate Handlungsstrategien zu entwickeln, die ein kompetentes Agieren in solchen Situationen ermöglichen.

■ Was erwartet den Leser?

Das Buch umfasst die folgenden Kapitel:

Kapitel	Titel
1	Begriffliche Grundlagen: Vom Kulturellen zum Interkulturellen Management
2	Nationalkultur: Von der mentalen Programmierung des Menschen
3	Kultur und Führung im GLOBE-Projekt: Vom globalen und lokalen Handeln
4	Konzept der Kulturstandards: Von der Selbst- und Fremdreflexion
5	Alternative Erklärungsmodelle: Von der Prägung durch Institution
6	Ausgewählte Teilbereiche des Interkulturellen Managements: Von der Theorie zur Praxis

Zum besseren Verständnis grundlegender Phänomene wird in ► Kap. 1 auf zentrale Begriffe des Interkulturellen Managements wie Kultur und Interkulturalität eingegangen und bedeutende Aufgabenfelder aufgezeigt. In den nachfolgenden ► Kap. 2 und 3 werden ausgewählte Aspekte der wichtigsten kulturvergleichenden Studien zur Wirkung von Gesellschafts- und Nationalkultur auf verschiedene Aspekte in einer Organisation in Management und Führung näher gebracht. Dazu zählen der Kulturansatz und die empirischen Studien von Hofstede sowie das GLOBE-Projekt als die zum gegenwärtigen Zeitpunkt größte Studie in der kulturvergleichenden Managementforschung. Ein Überblick zum Konzept der Kulturstandards als bekanntester deutscher Studie im Interkulturellen Management findet sich in ► Kap. 4. ► Kap. 5 konzentriert sich auf Ansätze, die die zentralen Unterschiede aber auch Ähnlichkeiten für Managementstrukturen und Managementhandeln in Organisationen durch das Institutionengefüge eines Landes erklären. Schließlich werden im ► Kap. 6 beispielhaft interkulturelle Aspekte des Personalmanagements sowie des Marketings als Teilbereiche des Interkulturellen Managements vorgestellt. In der nachfolgenden Abbildung sind die Zusammenhänge der im Lehrbuch behandelten inhaltlichen Themen strukturiert dargestellt. Die Mind Map kann helfen, Bezüge zwischen den Themen zu erkennen. Ein abschließendes Glossar fasst die wichtigsten Begriffe zusammen.

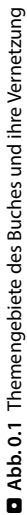
■ Wie kann ich mit dem Buch lernen?

Das Buch folgt in didaktischer Hinsicht dem in der Buchreihe Studienwissen kompakt etablierten Muster. Sie finden neben dem Glossar und entsprechenden Querverweisen im Buch am Ende jedes Kapitels entsprechende Wissensfragen sowie vernetzende Fragen und Aufgaben, die bei uns sowohl kapitelübergreifend sind, als auch zu einer weiterführenden Reflexion des Stoffes anregen sollen. Zusätzlich haben wir in jedem Kapitel Fragen zu einer durchgehenden, themenübergreifenden Fallstudie einbezogen, mit deren Hilfe der Leser sein Wissen am Beispiel einer deutsch-chinesischen interkulturellen Kooperation und ihren Problemen überprüfen kann.

■ Danksagungen

Die Autoren danken im Besonderen Pia Tracksdorf und Andreas Lissner für ihre tatkräftige und kreative Unterstützung bei der Umsetzung der Ideen, z. B. hinsichtlich der Abbildungen und der Fallstudie im Lehrbuch sowie der Mitwirkung am Text zum ► Abschn. 6.2 Interkulturelles Marketing. Ein großer Dank gilt auch Sarah Riedel, die sich nach Vollendung des Werk im Detail zu Gemüte führte und uns auf Ungereimtheiten aufmerksam machte. Außerdem danken wir Ulrike Lörcher vom Springer Gabler Verlag, die stets erreichbar war und so manche seltsame Frage unsererseits beantwortet hat. Und zu guter Letzt haben auch unsere Familien ein Lob für ihre Geduld verdient, denn ein Lehrbuch zu verfassen ist ein mühsamer und langer Weg.

Rainhart Lang und Nicole Baldauf



■ **Abb. 0.1** Themengebiete des Buches und ihre Vernetzung



<http://www.springer.com/978-3-658-11234-9>

Interkulturelles Management

Lang, R.; Baldauf, N.

2016, XIII, 182 S. 32 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-11234-9