Fremdsprachliche und interkulturelle Kompetenz als Wirtschaftsfaktor in den internationalen Geschäftsbeziehungen

Dr. phil. Olga Rösch

„Man muß die Menschen, nicht nur die Märkte verstehen“.¹

1. Englisch und die „anderen“ Fremdsprachen

Zum Qualifikationsprofil eines jungen Managers in Deutschland gehört heute unbedingt das Bewertungskriterium Fremdsprachenkenntnisse. Dabei wird erwartet, daß die zukünftige Führungskraft mindestens zwei Fremdsprachen beherrscht (van Deth, 1992:15; Dethloff, 1993:75). An erster Stelle steht selbstverständlich Englisch, wobei gute Englischkenntnisse vorausgesetzt und eher zur sogenannten „Allgemeinbildung“ als zu den besonderen Kenntnissen gerechnet werden.

Die Bedeutung des Englischen als Lingua franca ist in den internationalen Wirtschaftsbeziehungen, aber auch in der Politik, im Bildungswesen, in den Wissenschaften und vielen anderen Bereichen (Flugkontrolle, UNO-Diplomatie, Sport u. a.) unumstritten. Ein großer Teil der Wirtschaftskorrespondenz mit dem Ausland und der Wirtschaftskommunikation überhaupt erfolgt bereits in Englisch. Viele internationale Studiengänge an europäischen Hochschulen werden außerhalb des englischen Sprachraumes zunehmend nicht in der jeweiligen Muttersprache, sondern in Englisch angeboten. Wissenschaftliche Publikationen, vor allem in naturwissenschaftlichen Fächern, werden des öfteren in Englisch verfaßt, um die Forschungsergebnisse international bekannt machen zu können. Englisch ist also in der Wirtschaft, Bildung und Wissenschaft fest etabliert. Dem Englischen folgen mit Abstand die „anderen“, also die „eigentlichen“ **Fremdsprachen**.

Die Forderung nach Beherrschung mehrerer Fremdsprachen wird nicht nur an die Führungskräfte des gehobenen Managements gestellt. In Unternehmen, die mit dem Ausland kooperieren, gilt sie ebenso für die Mitarbeiter der mittleren Ebenen des Betriebes und besonders für alle Beschäftigten im Außendienst. Der Bedarf der Wirtschaft an mehrsprachigen Fach- und Führungskräften sowie sonstigen Mitarbeitern wird in unterschiedlichen Studien zu dieser Problematik fortwährend konstatiert (vgl. z. B. Bungarten, 1994; Müller, 1996: 341ff.). Die Appelle an die Hochschulen, die Fremdsprachenausbildung zu intensivieren, kommen auch aus der Politik, und die Diskussion um die „Mehrsprachigkeit der Europabürger“ (Dethloff, 1993:45) verliert in der Öffentlichkeit seit Jahren nicht an Intensität.

Auf der einen Seite erleben wir den Siegeszug der Weltsprache Englisch als einer Verkehrssprache, auf der anderen Seite verstärken sich die Stimmen nach besseren Kenntnissen in den verschiedenen anderen Fremdspra-

chen. Die Frage stellt sich, was denn hinter diesen Forderungen nach mehr „anderen“ Sprachen steht, wenn das Englische auf so vielen Gebieten bereits faszinierend bequemer² geworden ist?

2. Englisch gut – alles gut, oder „that's not what I meant“

Die Einstellung, mit Englisch käme man als Geschäftsmann überall auf der Welt gut zurecht, scheint in der Realität der Wirtschaftsbeziehungen oft einige ernüchternde Korrekturen zu erfahren, vor allem auf den für Deutschland weniger erschlossenen ausländischen Märkten, z. B. in Osteuropa, in Mittel- und Ostasien. Gute Englischkenntnisse sind unbestritten eine notwendige, aber allein nicht ausreichende Bedingung für eine erfolgreiche internationale Kooperation. Denn, um die Handlungen und Vorgehensweisen der anderen Seite richtig zu begreifen und angemessen darauf reagieren zu können, braucht man neben verschiedenen Kenntnissen über das Land (Geschichte, Religion, Rechtssystem, Wirtschaftssituation u. ä., also „Bücherwissen“) auch Wissen bezüglich der Denkweise, der Kulturstandards, der Konsumgewohnheiten und nicht zuletzt auch bezüglich des Lebensgefühls der Menschen des Ziellandes. Der denkbar beste Weg zum Erwerb dieses Wissens und somit der Zugang zu einer fremden Kultur ist zweifelsohne der, welcher über die jeweilige Landessprache geht. So werden zugleich fremdsprachliche und fremdkulturelle Kompetenz (vgl. Rösch, 1997:113f.) erworben als Schlüssel, „den Code einer fremden Kultur zu brechen“ (Schmidt, 1992:95). Dieses Wissen muß in die Überlegungen zur Bestimmung einer adäquaten Marketingstrategie im Ausland mit einfließen, denn – so Schmidt weiter – „das Verstehen der Denkweise und Mentalität eines Volkes ist ausschlaggebend für den geschäftlichen Erfolg eines Unternehmens“ (ebd.).

Über die spezifischen, nicht primär „wirtschaftlichen“ Probleme bei Geschäftskontakten mit Partnern aus fremden Kulturgemeinschaften wird zunehmend publiziert. Dabei wird die Bedeutung der fremdsprachlichen und fremdkulturellen Kompetenz in bezug auf das Zielland immer hervorgehoben (vgl. z. B. Reinhold, 1992; Dülfer, 1995; Thomas, 1996; Baumgart/Jänicke, 1997). Englischkenntnisse können die fremdkulturelle Kompetenz in der Zielkultur nicht ersetzen. Die Lingua-franca-Kommunikation – also die „Kommunikation zwischen Sprechern unterschiedlicher Muttersprachen, die sich einer dritten Sprache bedienen“ (Kasper, 1996:42), dürfte insofern für Störungen noch anfälliger als jeder andere Kommunikationstyp sein. Die Probleme, die der Ge-

brauch des Englischen als internationale Verkehrssprache mit sich bringt, werden z. T. auch in der einschlägigen Fachliteratur behandelt. Hier sollen einige Aspekte dieser Thematik kurz erwähnt werden.

- Die Einstellung, „Englisch reicht“, setzt voraus, daß auch die andere Seite das Englische als Verhandlungssprache zu verwenden imstande und bereit ist. Zuweilen erweist sich das als Fehleinschätzung, wenn man beispielsweise den stark nach Osten ausgedehnten russischen Wirtschaftsraum betrachtet.
- Der Fall, daß die andere Seite einen englischsprachigen Dolmetscher zur Verhandlung heranzieht, bringt immerhin das Problem der „doppelten Übersetzung“ (Deth, v. 1992:21) mit sich. Die Folge wäre eine verzerrte Wahrnehmung des Sachverhaltes: durch zwei kulturelle Filter und durch den persönlichen Filter des Dolmetschers, der die Muttersprache der anderen Seite nicht beherrscht und somit eine „kulturelle Übersetzung“ im Sinne einer zwischenkulturellen Vermittlung kaum im erforderlichen Maße zu leisten vermag.
- Sollten sich beide Gesprächspartner doch des Englischen bedienen, so erhöht sich infolge der Verständigung in einer Drittsprache die Wahrscheinlichkeit von interkulturellen Mißverständnissen. In der linguistischen Forschung existiert die Auffassung, daß das Englische als Lingua franca nicht (durch englische bzw. amerikanische Handlungsmuster oder die des Verhandlungspartners) kulturell geprägt sei. Die Kommunikationsteilnehmer bleiben demzufolge bei der „Technik der Gesprächssteuerung“, die auf ihre eigenen Kulturstandards zurückgehen (vgl. Nothnagel, 1996: 305). Die Verhandlung findet somit z. B. auf Englisch statt, die Seiten „folgen aber japanischen und deutschen kulturellen Mustern“ (Kasper, 1996:42-43).
- Außerdem trage das Kommunizieren in einer für beide Seiten fremden Sprache nach Meinung der Psychologen nicht unbedingt zur Verringerung der „psychischen Distanz zu ausländischen Märkten“ (Müller, 1996:358) bei, die für eine aussichtsreiche Kooperation notwendig wäre, und führe nicht zur Überwindung der „kulturellen Barriere“ (ebd. S. 341). Die Qualität der Beziehungen sowie das Vertrauensverhältnis zwischen den Geschäftspartnern gestaltet sich in diesem Falle nicht optimal.
- Und schließlich bringt die Lingua-franca-Kommunikation zuweilen auch „technische“ Probleme mit sich, was ganz einfach sprachliche Mißverständnisse meint (vgl. z. B. Alexander, 1996). Im Falle des Englischen haben wir es mit einer Reihe von relativ stark ausgeprägten regionalen Varietäten, den sog. „Multinational Englishes“ (vgl. Kasper, 1996:42) zu tun. Auf der einen Seite gibt es deshalb seit Jahren die Forderung nach weltweiter Akzeptanz dieser Varietäten mit der Konsequenz, „die muttersprachliche Norm für diesen Kommunikationstyp ad acta zu legen“ (ebd.). Auf der anderen Seite steht das anerkannte Bemühen der Sprachdidaktiker, das Englische zu „nativisieren“, d. h. die britische bzw. amerikanische Sprachvariante als Norm vorzusetzen. Unabhängig davon, ob wir in dieser Kontroverse für die Existenzberechtigung der regionalen Englisch-Varianten plädieren oder den Norm-

zwang als „Sprachimperialismus“ (ebd.) abtun, werden wir höchstwahrscheinlich immer wieder mit einem in seiner Idiomatik und Phonetik gefärbten „russischen“, „japanischen“ usw. Englisch konfrontiert.

In diesem Zusammenhang ist die kritische Stimme des Herrn van Deth (1992:16), eines Wissenschaftlers aus Frankreich, verständlich, wenn er meint, daß der „Hang zur ‚Anglizisierung‘“ vor allem in den Wirtschaftskontakten „ein ausgesprochener Irrweg“ sei. Dabei räumt er allerdings ein, daß „der Gebrauch eines stereotypen ‚basic‘ Englisch“ in den internationalen Geschäften eine „gewissermaßen ‚wirtschaftlichste‘ Lösung“ darstelle, zumal sie von den Unternehmen „nur eine Minimalinvestition“ verlange, da das Bildungssystem die „Grundfähigkeiten“ in dieser Sprache bereits vermittele (vgl. ebd. S. 17). Mit seinem Warnruf wehrt sich van Deth einerseits (aus psychologischer und sprachpolitischer Sicht) gegen die Vernachlässigung der anderen Fremdsprachen, vor allem der Muttersprache des Geschäftspartners, sowie gegen die unbestätigte Einstellung „Englisch reicht“. Andererseits richten sich seine Bedenken (aus sprachpädagogischer Sicht) eindeutig gegen die Einengung der Sprache auf nur eine ihrer Funktionen: und zwar auf die Funktion als Instrument zur Übermittlung von Sachverhalten. Dies dürfe im Fremdsprachenunterricht (auch im Englischunterricht!) nicht passieren. Die Reduzierung auf den „rein materiellen Aspekt“ käme „dem Töten der Sprachen“ gleich, dramatisiert van Deth weiter, „genauso wie man einen Lebenden tötet, wenn man den Körper vom Geist trennt“ (ebd. S.23).

3. Über die Trennung von Körper und Geist

Die Sprache hat – wie oben bereits angedeutet – mindestens zwei wichtige Funktionen: zum einen fungiert sie als ein Kommunikationsmedium. Sie ist ein Verständigungswerkzeug, dessen materielle Existenzform – ein wohlgeordnetes System von Lautkombinationen und Bedeutungszuordnungen – für uns ohne weiteres wahrnehmbar ist. Auf diese Funktion wäre das Englische als Verkehrssprache unter den Nichtmuttersprachlern reduziert („getötet“!). Zum anderen repräsentiert die Sprache in einer bestimmten Weise die soziale Realität einer Sprachgemeinschaft und ihre Kulturgeschichte. In der jeweiligen Sprache finden eine kulturspezifische „Weltsicht“ und zugleich auch Welt Darstellung ihren Ausdruck. In diesem Sinne stellt die Sprache ein Kulturgut einer Sprachgemeinschaft dar und hat somit für ihre Sprachträger die Rolle eines identitätsstiftenden Zugehörigkeitsmerkmals inne. Die zweite Funktion der Sprache scheint im Bewußtsein der Menschen im allgemeinen weniger gegenwärtig zu sein. Sie wird erst in einer intensiveren Auseinandersetzung mit anderen Fremdsprachen erkennbar.

Die Erkenntnis der doppelten Funktion der Sprache ist keineswegs erst das Ergebnis der sich neu entwickelnden Theorie der Interkulturellen Kommunikation. Diese Vorstellung findet sich bereits in der Sprachphilosophie des 19. Jahrhunderts in den Werken von W. v. Humboldt. Als hervorragender Gelehrter seiner Zeit sprach er franzo-

sisch, italienisch, englisch und spanisch. Er beschäftigte sich als Sprachwissenschaftler mit dem Baskischen, Litauischen, Ungarischen und Tschechischen sowie mit verschiedenen amerikanischen und asiatischen Sprachen. Für jene Zeit selbstverständlich studierte er die klassischen Sprachen des Altertums: Latein, Altgriechisch und Sanskrit. Sprachwissenschaftliche Werke W. v. Humboldts basieren somit nicht auf Präsumtionen, sondern auf fundierten Kenntnissen sowie auch auf Erfahrungen, die er während seiner längeren Aufenthalte in anderen Ländern erwarb (vgl. Skurla, 1985:433f.). Im Geiste (und im Begriffsapparat³) der Sprachwissenschaft seiner Zeit beschreibt W. v. Humboldt die zweite Funktion der Sprache folgendermaßen: „Die Sprache ist kein freies Erzeugnis des einzelnen Menschen, sondern gehört immer der ganzen Nation an. ... Die Sprache ist gleichsam die äußerliche Erscheinung des Geistes der Völker; ihre Sprache ist ihr Geist und ihr Geist ist ihre Sprache, man kann sich beide nie identisch genug denken.“ (W. v. Humboldt, 1949:41).

Auch die so modern anmutenden Feststellungen mit nahezu Appellcharakter, das Fremdsprachenlernen erweitere den Erfahrungshorizont und eine fremde Kultur lasse sich erst über die jeweilige Fremdsprache besser erschließen, hat bereits W. v. Humboldt im Sinne des ganzheitlichen humanistischen Bildungsideals niedergeschrieben: *Jede Sprache „zieht um das Volk, welchem sie angehört, einen Kreis, aus dem es nur insofern hinauszugehen möglich ist, als man zugleich in den Kreis einer anderen hinübertritt. Die Erlernung einer fremden Sprache sollte daher die Gewinnung eines neuen Standpunktes in der bisherigen Weltansicht sein und ist es in der Tat bis auf einen gewissen Grad, da jede Sprache das ganze Gewebe der Begriffe und die Vorstellungsweise eines Teils der Menschheit enthält.“* (ebd. S. 60-61).

4. Von Anspruch und Wirklichkeit

Daß Fremdsprachenkenntnisse ein hohes Bildungsgut sind, brauchen wir hier nicht weiter zu erörtern. Es finden sich unter unseren Zeitgenossen nur wenige Menschen, die es sich – aus welchem Grund auch immer – nicht gewünscht hätten, mehrere Fremdsprachen gut zu beherrschen. Die Erfüllung dieses Wunsches scheitert meist daran, daß das Fremdsprachenlernen eine Investition ist, die zudem noch „nebenberuflich“ erfolgt, wenn man nicht gerade ein fremdsprachenphilologisches Studium absolviert. Neue Sprachen zu lernen ist zeit- und kraftaufwendig und bei verhaltener Motivation auch recht mühselig. Mehr noch, es kann entmutigend und frustrierend sein, wenn man nach einer längeren Lernpause feststellt, daß man wieder von vorne beginnen muß. Denn nichts verlernen wir so schnell wie eine Fremdsprache, die wir nicht gebrauchen.

Die Bereitschaft zur Investition in das Erlernen von Fremdsprachen hängt von Motivationen, Möglichkeiten und noch stärker von Zwängen (Prüfung, Verständigungsbedarf, Einstellungsvoraussetzung) ab. Erst eine drängende Notwendigkeit läßt das Sprachenlernen höher in unserer Prioritätenliste steigen. Dieser Widerspruch zwischen dem Wunsch nach mehr Wissen und der Investitionsbereitschaft, das Wissen zu erwerben, ist im Grunde objektiver Art und betrifft nicht nur das

Sprachenlernen, sondern Lernen überhaupt. Das ausgebaute System von beruflicher Fort- und Weiterbildung in Deutschland spricht eher dafür, daß in der gegenwärtigen Marktsituation eine objektive Notwendigkeit in derartigen Qualifizierungsmaßnahmen besteht und somit auch die Investitionsbereitschaft seitens der Arbeitgeber und Arbeitnehmer vorhanden ist.

In bezug auf das Erlernen von Fremdsprachen scheinen die wirtschaftlichen Zwänge noch nicht überall die erforderliche Intensität erreicht zu haben, um die Investitionsbereitschaft auf beiden Seiten zu steigern. Die fremdsprachliche und interkulturelle Qualifikation der Mitarbeiter in auslandsorientierten Unternehmen wird vielerorts in Europa als Defizit eingestuft. So ergab eine Studie des Norwegischen Instituts für Fremdsprachen zum Stand der Fremdsprachenkenntnisse in der Wirtschaft u. a., daß der Bedarf an mehrsprachigen Mitarbeitern „im Rahmen der Internationalisierung“ weiter steigen wird. Außerdem stellten sich die fehlenden Kenntnisse anderer Fremdsprachen (außer Englisch) als störender Faktor heraus, „der das Anbahnen von neuen Kontakten bzw. den Zutritt zu neuen Märkten in anderen Sprachräumen als englisch- bzw. deutschsprachigen“ erschwere (vgl. Simonnæs, 1992:112-113). Auch das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) stufte nach einer Befragung der Unternehmen in Ost- und Westdeutschland die Fremdsprachenkenntnisse der Führungskräfte und anderer Beschäftigten als „äußerst unbefriedigend“ ein (vgl. Dethloff, 1993:49). Besonders in exportorientierten Branchen „laufe ohne Fremdsprachen nichts mehr“ und die Unternehmen seien auf mehrsprachige Mitarbeiter angewiesen (ebd.).

Das Institut für Internationales Marketing an der TFH Wildau ermittelte im Rahmen des Forschungsprojektes „Markterschließung in Ost- und Südostasien für kleine und mittlere Unternehmen in betrieblicher Kooperation und Erprobung praxisnaher Methoden der Fachhochschulausbildung“ ebenfalls einen Mangel an fremdsprachlich qualifiziertem Personal in den befragten Unternehmen der Region (s. Wonneberger/Köneck, Zur Wettbewerbsfähigkeit ... in diesem Heft). Im Rahmen des darauffolgenden Workshops „Internationale Wachstumsmärkte“ wurde zugleich unter mehreren Lösungsansätzen zur Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit von brandenburgischen Betrieben auch ein breiterer Einsatz von derartig qualifizierten Mitarbeitern – also „Investitionen in die Zukunft“ (ebd.) – empfohlen.

5. Anforderung oder ... Überforderung?

In der oben erwähnten Studie von Wonneberger/Köneck wurden die Informanten außerdem gebeten, ihr Niveau der Sprachbeherrschung anzugeben. Unter den Personen – überwiegend aus der Leitungsebene der Unternehmen –, die laut Befragungsergebnissen Englischkenntnisse besaßen, verfügte nach Selbsteinschätzung lediglich knapp die Hälfte der Befragten über „Korrespondenzfähigkeit“ (im Fragebogen die dritte und höchste Niveaustufe) in dieser Sprache. Kenntnisse in anderen Sprachen gingen nicht über die erste („Grundkenntnisse“) und noch seltener über die zweite Niveau-

stufe („gute mündliche Verständigung“) hinaus. Die Lage in bezug auf Fremdsprachenkenntnisse in den kleinen und mittleren Unternehmen wurde insgesamt als verbesserungsbedürftig eingeschätzt. Daß das Englische als internationale Verkehrssprache auf einem hohen Niveau beherrscht werden sollte, steht nicht zur Diskussion. Aber welches Kompetenzniveau wird wohl in einer zweiten Fremdsprache erwartet und sind die Erwartungen überhaupt wirklichkeitsnah?

Die exportorientierte deutsche Industrie erhebt den Anspruch, „daß die aktive Beherrschung der vier Grundfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) in einer oder mehreren Fremdsprachen in der internationalisierten modernen Welt selbstverständlich sein sollte“ (vgl. Dethloff, 1993:45). Es soll an dieser Stelle nicht gewertet werden, ob diese Forderungen auch in bezug auf die anderen Fremdsprachen (außer Englisch) überzogen sind. Hier wollen wir auch nicht weiter der Frage nachgehen, ob das ideale Berufsbild eines mehrere Fremdsprachen perfekt beherrschenden Betriebswirts oder Ingenieurs der Realität entspricht und ob sich die kleinen und mittleren Unternehmen zusätzliches Personal mit dieser Qualifikation leisten können. Eins steht aber fest: Die Unternehmen, die diesem hohen Anspruch gerecht werden und genügend fremdsprachlich und interkulturell geschulte Mitarbeiter einsetzen, werden im internationalen Wettbewerb bessere Chancen haben. Denn fehlende Fremdsprachenkenntnisse sind bekanntlich ein Hindernis bereits bei der Anbahnung neuer Kontakte.

Eine verbreitete „Minimalforderung“ in bezug auf Sprachkenntnisse in weiteren Fremdsprachen, die eine zufriedenstellende interkulturelle Kommunikation ermöglichen können, beinhaltet, daß „sich die ausländischen Partner zumindest verstehen, d. h. über eine ausreichende Hörverstehenskompetenz in der Sprache des anderen verfügen“ (Dethloff, 1993:44).

Für die exportorientierten deutschen Unternehmen, die auf den großen Märkten im Osten Fuß fassen und gegen Konkurrenz aus anderen Industrieländern bestehen wollen, bleibt wohl kein besserer Weg als kundenorientiert zu arbeiten, d.h. die Sprache und die Mentalität des Kunden zu verstehen und noch besser, auch die Sprache des Kunden zu sprechen. Das Englische kann dabei in vielen Fällen sehr hilfreich sein, aber es darf nicht als Ersatz für die Kenntnisse der Sprache des Ziellandes gelten.

Fußnoten

- 1 J.P. Breuer auf einem von der IHK Frankfurt veranstalteten Seminar „Interkulturelles Management“, zit. nach Dethloff, (1993:72)
- 2 Hier nur eine leichte Paraphrasierung einer Stelle aus dem Aufsatz von van Deth (1992:16ff), einer skeptischen Äußerung über Manager, die „fasziniert von Bequemlichkeit ... des Englischen“ seien.
- 3 In den sprachwissenschaftlichen Abhandlungen der damaligen Zeit wurde der Begriff „Volksgeist“ (s.u. im Zitat von Humboldt) im Sinne von „Geisteseigentümlichkeit eines Volkes“ (vgl. Abriß, 1980:291) weitgehend wertfrei gebraucht. Er umfaßte damals die Gesamtheit „der geistigen und intellektuellen Werte, des Gedankens und des Gefühlslebens eines Volkes“ (vgl. ebd.).

Literatur

- Abriß der Geschichte der Linguistik (1980): (Hg.) Amirova, T. A./Ol'chivokov, B. A./Roždestvenskij. Leipzig
- Alexander, R. J. (1996): Intercultural discourse and negotiation strategies: International Business English as a Lingua franca? In: Ambos, E./Werner, I., 1996, (Hg.) S. 342-360.
- Ambos, Erwin/Werner, Irene (Hg.) (1996): Interkulturelle Dimensionen der Fremdsprachenkompetenz. Dokumentation der 18. Arbeitstagung der AKS 1994.
- Baumgart, Annette/Jäneck, Bianca (1997): Rußlandknigge. Lehr- und Handbücher zu Sprachen und Kulturen. Hg. Morales, J.V./ Weigert, M.M. München.
- Deth, van Jean-Pierre (1992): Sprachausbildung und Personalverwaltung. In: Forum Angewandte Linguistik, Bd. 23, Wirtschaft und Sprache. S. 15-24.
- Dethloff, Uwe (1993): Interkulturalität und Europakompetenz. Die Herausforderung des Binnenmarktes und der Europäischen Union. Tübingen.
- Dülfer, Eberhard (1995): Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen. München.
- Humboldt, Wilhelm von [1827-1829] (1949): Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaus. hrsg. von H. Nette, Darmstadt 1949.
- Kasper, Gabriele (1996): Wessen Pragmatik? Für eine Neubestimmung fremdsprachlicher Handlungskompetenz. In: Ambos, E., 1996, (Hg.)
- Köneck, Hans/Wonneberger, Bernd (1997): Zur Wettbewerbsfähigkeit brandenburgischer und Berliner KMU auf asiatischen Märkten (s. in diesem Heft)
- Müller, Stefan (1996): Auslandsorientierung als Zielsetzung der Personalentwicklung. In: Thomas, A., 1996 (Hg.)
- Nothnagel, Detlev (1996): Interkulturelle Kommunikation und Fremdsprachenunterricht. In: Ambos, E., 1996 (Hg.)
- Reinhold, Gerd (1992): Wirtschaftsmanagement und Kultur in Ostasien. Sozial-kulturelle Determinanten wirtschaftlichen Handels in China und Japan. München.
- Rösch, Olga (1997): Interkulturelle Kommunikation als wissenschaftliches Lehr- und Forschungsgebiet. In: Wissenschaftliche Beiträge der TFH Wildau, 1/97, S. 112-115.
- Schmidt, Herminio (1996): Strategien zum interkulturellen Spracherwerb für exportorientierte Führungskräfte: Ein kanadisches Modell. In: Forum Angewandte Linguistik, Bd. 23, Wirtschaft und Sprache. S. 93-98.
- Scuria, Herbert (1985): Wilhelm von Humboldt. Werden und Wirken. Berlin
- Thomas, Alexander (Hg.) (1996): Psychologie interkulturellen Handels. Göttingen, Bern, u.a.
- Wonneberger, B./Köneck, H./Weickert, S. (1997): Asien – Wachstumsmärkte für brandenburgische Unternehmen? In: Wissenschaftl. Beiträge der TFH Wildau, 1/97, S. 92-95.

Verfasserin

Dr. phil. Olga Rösch

Technische Fachhochschule Wildau
 Leiterin des Sprachenzentrums und des Instituts
 für interkulturelle Kommunikation
 Bahnhofstraße
 15745 Wildau
 Tel. +49 (0) 33 75 - 508 367 und 508 348