

STUDIENFACH UND SCHRIFTENREIHE

INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION

Die seit Jahren zu beobachtende Internationalisierung des Wirtschaftslebens erfordert neue Kompetenzen im Umgang mit Handelspartnern. Wirtschaftliches Handlungsgeschick allein reicht angesichts unterschiedlicher kultureller Prägung und Kommunikationsweise nicht aus. Ein konfliktarmes Miteinander mit ausländischen Kunden, Mitarbeitern und Kooperationspartnern erfordert zunehmend Kompetenz im interkulturellen Kontakt. Dabei herrscht jedoch vielfach Unklarheit darüber, was "Interkulturelle Kompetenz" eigentlich ausmacht.

In Jena hat man auf diese Problematik reagiert. Als erste europäische Hochschule richtete die Friedrich-Schiller-Universität 1992 das Studienfach "Interkulturelle Wirtschaftskommunikation" ein. Angebunden an die wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Jena, bildet es in doppelter Hinsicht eine Schnittstelle zwischen Geistes- und Wirtschaftswissenschaften: Als Teil des Studiengangs "Interkulturelles Management" und Wahlpflichtfach des wirtschaftswissenschaftlichen Studiums bereitet es unmittelbar auf die Praxis internationalen Handelns vor; als Magister-Nebenfach für Studierende der Fremdsprachenphilologien ermöglicht es eine Ausbildung zum Trainer für Wirtschaftsfremdsprachen oder zum Consultant für Internationale Wirtschaftsbeziehungen in deutschen oder multinationalen Unternehmen. Grundlegend ist der Gedanke, daß sprachliche Verständigungsfähigkeit noch kein Garant für gegenseitiges Verstehen von Angehörigen fremder Kulturen ist. Kommunikation beinhaltet mehr als Sprache, und "globales" Denken führt nur dann zu Erfolg, wenn es durch lokale Handlungsfähigkeit ergänzt wird, das heißt *Verstehen* grundlegender Verhaltenskonventionen sowohl der eigenen als auch der fremden Kulturen.

Die "Schriftenreihe Interkulturelle Wirtschaftskommunikation" spiegelt die wissenschaftliche Auseinandersetzung im Rahmen dieser noch neuen Disziplin wider. Herausgegeben wird sie von Prof. Dr. Jürgen Bolten, Universität Jena und Prof. Dr. Peter Oberender, Universität Bayreuth. Thema des ersten Bandes war "Cross Culture - Interkulturelles Handeln in der Wirtschaft". Er bietet einen interdisziplinären Zugang zur Frage, was interkulturelle Wirtschaftskommunikationsforschung ist. In Originalbeiträgen skizzieren deutsche und ausländische Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen sowie Wirtschaftsfachleute den aktuellen Forschungs- und Diskussionsstand im Bereich der interkulturellen Wirtschaftskommunikation aus theoretisch-kommunikationswissenschaftlicher als auch aus wirtschaftsbezogen-praktischer Sicht. Dabei erleichtert die Gliederung in einen allgemeinen, systematischen und länderspezifischen Teil den profunden Einstieg in die Thematik.

Weitere bisher erschienene Bände:

Jürgen Bolten, Marion Dathe (Hrsg.): Transformation und Integration. Aktuelle Probleme und Perspektiven west/osteuropäischer Wirtschaftsbeziehungen, 1995.

Jürgen Bolten, Marion Dathe, Susanne Kirchmeyer, Klaus Klott, Peter Witchalls, Sabine Ziebell-Drabo: Lehrwerke und Lehrmaterialien für die Wirtschaftsfremdsprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Russisch, 1995.

Die Fortsetzung der Reihe mit den Schwerpunkten "Interkulturelles Verhaltenstraining" und "Interkulturelles Personalmanagement" ist für Herbst 1997 angekündigt. Weitere Informationen können unter folgender Adresse erfragt werden:

Friedrich-Schiller-Universität
Interkulturelle Wirtschaftskommunikation
c/o Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Carl-Zeiss-Str. 3
07743 Jena
Tel.: 03641/63 18 -48
Fax: 03641/63 18 47

Erschienen in:

VIA REGIA – *Blätter für internationale kulturelle Kommunikation* Heft 42/43 1997,
herausgegeben vom Europäischen Kultur- und Informationszentrum in Thüringen

Weiterverwendung nur nach ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers

Zur Homepage VIA REGIA: <http://www.via-regia.org>